

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ANTROPOLOGIA

TAÍS PENNA DE QUEIROZ

**Na pegada do ambientalismo:
discursos e práticas de consumo**

Niterói
2012

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ANTROPOLOGIA

TAÍS PENNA DE QUEIROZ

**Na pegada do ambientalismo:
discursos e práticas de consumo**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Antropologia do Instituto de Ciências Humanas e Filosofia da Universidade Federal Fluminense como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Antropologia. Área de concentração: Antropologia Social.

Vínculos temáticos

Linha de Pesquisa do orientador: Antropologia do Consumo

Orientadora – Prof.^a Dr.^a Laura Graziela Figueiredo Fernandes Gomes (UFF/PPGA)

Co-orientadora – Prof.^a Dr.^a Maria de Fátima Ferreira Portilho (UFRRJ/CPDA)

Niterói

2012

Ficha Catalográfica elaborada pela Biblioteca Central do Gragoatá

Q3 Queiroz, Taís Penna de.

Na pegada do ambientalismo: discursos e práticas de consumo / Taís Penna de Queiroz. – 2012.

187 f.

Orientador: Laura Graziela Figueiredo Fernandes Gomes.

Co-orientadora: Maria de Fátima Ferreira Portilho.

Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal Fluminense, Instituto de Ciências Humanas e Filosofia, Departamento de Antropologia, 2012.

Bibliografia: f. 160-165.

1. Consumo. 2. Compra. 3. Consumidor. 4. Cidadania. 5. Meio ambiente. 6. Movimento ecológico. I. Gomes, Laura Graziela Figueiredo Fernandes. II. Universidade Federal Fluminense. Instituto de Ciências Humanas e Filosofia. III. Título.

CDD 304.2

BANCA EXAMINADORA

Prof.^a Dr.^a Laura Graziela Figueiredo Fernandes Gomes (orientadora)
Departamento de Pós-Graduação de Antropologia
Universidade Federal Fluminense - UFF

Prof.^a Dr.^a Maria de Fátima Ferreira Portilho (co-orientadora)
Instituto de Ciências Humanas e Sociais
Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ)

Prof.^a Dr.^a Letícia Helena Medeiros Veloso
Departamento de Sociologia
Universidade Federal Fluminense – UFF

Prof.^a Dr.^a Lívía Barbosa
Professora aposentada
Universidade Federal Fluminense - UFF

SUPLENTE

Prof. Dr. José Sávio Leopoldi
Departamento de Pós-Graduação de Antropologia
Universidade Federal Fluminense - UFF

Dr.^a Maria Elisabeth Goidanich
Núcleo de Antropologia Audiovisual e da Imagem (NAVI) e
Grupo de Antropologia Urbana e Marítima (GAUM)
Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC

Aos meus pais, por todo o
carinho, incentivo e apoio
dedicados a mim.

AGRADECIMENTOS

Não seria possível a realização deste trabalho sem a colaboração e disponibilidade dos 13 informantes/nativos, que se autoidentificam como ambientalistas. Por muitas vezes, eles precisaram programar suas compras e abrir espaço em suas agendas para os nossos encontros. Obrigada por permitir a minha entrada em suas casas e na “intimidade” das suas sacolas retornáveis, mochilas de viagem, carrinhos de feira e bagageiros da bicicleta.

As instruções da professora e orientadora Laura Graziela Gomes, que durante as aulas da disciplina Métodos em Antropologia contribuiu para as minhas reflexões sobre as possibilidades do campo de pesquisa. Também colaborou para a realização da pesquisa de campo e para a construção teórica deste trabalho, sendo fundamental para compreensão dos meus nativos e de suas práticas. Além disso, chamou minha atenção para os teóricos com os quais os dados encontrados durante a pesquisa de campo poderiam dialogar. Muito obrigada.

As orientações e *insight* da minha co-orientadora, a professora Fátima Portilho, que durante o período de mais de um ano acompanhou a minha ida ao campo e pode levantar questões primordiais ao entendimento da minha pesquisa. Em sua sala de aula, eu entrei em contato com autores essenciais para a construção desta jornada e para a compreensão das práticas dos meus nativos. E depois, com todos os dados compilados, também pode contribuir para a edificação do referencial teórico deste trabalho. Muito obrigada.

Aos professores do Programa de Pós-Graduação em Antropologia (PPGA) da Universidade Federal Fluminense (UFF) que durante as aulas expuseram teorias e pesquisas concernentes a este campo auxiliando, desta forma, que uma intrusa como eu pudesse compreender o campo de atuação da antropologia. Ao mesmo tempo, eles contribuíram para a minha formação e o meu encontro com o meu campo de pesquisa. Sou grata, ainda, a UFF por proporcionar a oportunidade para que eu pudesse frequentar o mestrado em antropologia bem como elaborar a presente pesquisa. Obrigada.

À minha família e aos meus amigos, que também são minha família, agradeço pela compreensão por todos os momentos em que eu não pude estar presente em suas vidas para poder me dedicar a este trabalho. Agradeço pelo incentivo e pelas

conversas, que contribuíram para o entendimento das questões que surgiram durante a realização do trabalho de campo. Muito Obrigada.

Agradeço ainda à organização não governamental Ecomarapendi, local onde aprendi muito sobre a complexidade dos problemas ambientais e tive a oportunidade de começar a refletir sobre o tema desta pesquisa. Agradeço, em especial, à minha ex-chefe, Vera Chevalier, por acreditar e apoiar as minhas escolhas acadêmicas. Muito obrigada.

*“Cada um sabe a dor
e a delícia
de ser o que é...”.*

(Caetano Veloso *in* Dom de
Iludir)

RESUMO

O consumo responsável, consciente ou sustentável é incentivado por diversas organizações não governamentais (ONGs), bem como por empresas e setores do governo, que convidam e estimulam os cidadãos a agir de forma mais comprometida com o “futuro” do planeta em suas práticas de consumo. Tendo por base a teoria desenvolvida por Daniel Miller (2002), em “Teoria das Compras”, busquei entender, através de uma pesquisa etnográfica com 13 pessoas, que se auto-definem enquanto ambientalistas, como elas realizam as suas escolhas durante as compras de abastecimento do lar, assim como em suas práticas cotidianas de consumo de água, energia, transporte e alimentação. Durante o trabalho de campo, foi possível constatar as possibilidades e impossibilidades encontradas por estes sujeitos na materialização dos seus valores socioambientais. A falta de informação foi um dos principais problemas apontados por estes ambientalistas na hora de escolher um produto, principalmente a falta de uma métrica comum. Afinal, questionam eles, qual seria o melhor produto com relação ao desempenho ambiental, o que possui parte de sua embalagem feita de material reciclável ou o que neutralizou o carbono emitido em seu processo de produção? A resposta é unânime, eles simplesmente não sabem. Para superar a falta de informações, os ambientalistas desenvolvem estratégias para tentar fazer com que suas práticas sejam mais sustentáveis, desde optando deliberadamente por não ter carro e adotar o transporte público ou a bicicleta, até a lavagem “inteligente” de louça e as compras de frutas e verduras da estação. Neste processo, ocorre uma disputa entre o que eles gostam e desejam e a manutenção do seu conforto e dos seus valores ambientais. Entretanto, as dificuldades para conseguir conciliar suas práticas e valores não são percebidas, por estes ambientalistas, como um sacrifício. Para estes sujeitos estas são relacionadas ao prazer de poder fazer aquilo que acreditam ser o correto.

Palavras-chave: Consumo; compras; consumidores; cidadania; meio ambiente; movimento ambientalista.

ABSTRACT

The responsible, conscious or sustainable consumption is encouraged by several non-governmental organizations (NGOs), as well as private companies and sectors at the Government, which invite citizens to act in a more committed way with the “future” of the planet. From the theory developed by Daniel Miller (2002) in the book “A Theory of Shopping”, we tried to understand, through ethnographic research with thirteen individuals who define themselves as environmentalists, how they make their choices during home shopping, as well as their daily practices of water, energy, transportation and food consumption. During fieldwork, it was possible to find the possibilities and impossibilities that they meet while materializing their socio-environmental values. The lack of information when choosing a product was one of the main problems pointed out by these environmentalists, especially due to the lack of common metrics. After all, they question, which one is better, from the environmental point of view, a product whose packaging was partially made with recycled materials or a product with its production process carbon neutralized? The answer is unanimous, they simply do not know. To circumvent the lack of information, these environmentalists create strategies to make their practices more sustainable, from deliberately not owning a car, taking public transportation or riding a bicycle, to “intelligently” washing the dishes or buying season fruits and vegetables at a local market. In this process, there is a negotiation between what they like and what they wish, and the maintenance of their comfort and environmental values. However, those challenges are not perceived by them as sacrifice since the environmentalists believe all effort is worthy if their aim is to put their will into practice.

Key words: Consumption; shopping; consumers; citizenship; environment; environment movement.

SUMÁRIO

Capítulo 1 – Introdução	14
1.1. O caminho até aqui	18
1.2. Procedimentos metodológicos	20
1.3. O campo da pesquisa	22
1.3.1. Os ambientalistas da pesquisa	23
1.4. Capítulos	29
Capítulo 2: “ <i>Mexendo em um ninho de vespa</i> ”: por dentro do movimento ambientalista	31
2.1. Surgimento da preocupação ambiental	33
2.2. O movimento ambientalista brasileiro e o nascimento do “ser ecológico”	40
2.2.1. O socioambientalismo brasileiro	41
2.2.2. A construção da identidade dos ambientalistas	47
2.3. O processo de responsabilização do consumidor no discurso ambiental	51
2.3.1. Um cara de “responso”: o ambientalista tomando para si a responsabilidade	57
Capítulo 3 - Consumo (in) consciente, ciente, eu?	61
3.1. O ambiente na seara do consumo.....	66
3.2. Adjetivando o consumo	76
3.3. Pautando novos hábitos	86
Capítulo 4 – Os atos banais do cotidiano	90
4.1. “ <i>Xixi no banho</i> ”	94
4.2. “ <i>O lixo em excesso é o pior dos mundos</i> ”	97
4.3. Pedalando pela cidade.....	102
4.4. Apagando as lâmpadas.....	106
4.5. Preocupações ambientais à mesa	111
4.6. “ <i>Tudo corrobora para que você não seja ambientalista</i> ”: restrições, conflitos, dificuldades e facilidades	117
Capítulo 5: Trajetos e trajetórias nas compras de abastecimento do lar.....	123
5.1. “Atos de amor num supermercado”	123
5.2. Fazendo compras com os ambientalistas	125
5.3. O local das compras	129
5.4. Organização das compras	134
5.4.1. Por vezes sacola retornável, por vezes mochila	137

5.5. A escolha dos produtos	139
5.5.1. Melhor evitar: nem embalagem nem saco plástico	144
5.5.2. O bom mesmo é da estação	147
5.5.3. Produtos “Eco” alguma coisa	151
5.5.4. O “Presentinho”	155
Considerações Finais	157
Referências Bibliográficas.....	160
ANEXOS	166
Anexo A – Rede de relações dos ambientalistas	167
Anexo B – Glossário de termos ambientais.....	168
Anexo C – Ficha de informações sobre os ambientalistas.....	184
Anexo D - Entrevista semi-estruturada.....	185

LISTA DE SIGLAS

ABIO – Associação de Agricultores Ecológicos do Estado do Rio de Janeiro

AGAPAN – Associação Gaúcha de Proteção ao Ambiente Natural

BID – Banco Interamericano de Desenvolvimento

CI – *Consumers International*

CONAMA – Conselho Nacional de Meio Ambiente

COP – Conferência das Partes

FBCN – Fundação Brasileira para a Conservação da Natureza

IBD – Inspeções e Certificações Agropecuárias e Alimentícias

IDEC – Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor

IPCC – Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas

ISER – Instituto de Estudos da Religião

MCTI - Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação

MEC – Ministério da Educação

MMA – Ministério do Meio Ambiente

OGM – Organismo Geneticamente Modificado

ONG – Organização Não Governamental

ONU – Organização das Nações Unidas

PNRS – Política Nacional de Resíduos Sólidos

PNUMA – Programa das Nações Unidas sobre Meio Ambiente

PPCS – Plano de Ação para Produção e Consumo Sustentáveis

RSE – Responsabilidade Social Empresarial

WWF – *World Wild Foundation*

Capítulo 1 – Introdução

“Embora eu ache que uma andorinha só não faz verão, mas eu pelo menos tenho de fazer. O começo é comigo” – Lucas¹

Depois de 20 anos, a cidade do Rio de Janeiro/RJ voltou a ser a arena de uma das maiores reuniões convocada pela Organização das Nações Unidas (ONU), a Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável ou Rio + 20^{*2}. Diferente do cenário delineado em 1992, em que a maioria dos brasileiros não estava familiarizada com a temática ambiental, nas últimas duas décadas, a consciência sobre o tema cresceu e conceitos, antes desconhecidos por boa parte da população, como biodiversidade^{*}, consumo sustentável³ e desenvolvimento sustentável⁴, já constituem o repertório de pelo menos uma parte dos brasileiros, conforme demonstra a pesquisa “O que o brasileiro pensa do meio ambiente e do consumo sustentável”⁵, coordenada por Samyra Crespo, no âmbito do Ministério do Meio Ambiente (MMA). Outro aspecto da pesquisa que demonstra esta evolução da percepção ambiental é o fato de 46% dos brasileiros não conseguirem, em 1992, apontar espontaneamente os problemas ambientais em sua cidade ou bairro contra apenas 10% em 2012. Neste período, o conhecimento não somente com relação à complexidade dos sistemas ambientais como as implicações que as atividades humanas têm sobre estes se desenvolveu e se disseminou. Os meios de comunicação tiveram um importante papel nesta difusão. Através da cobertura jornalística de eventos e acordos internacionais que versavam sobre o tema, como a Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, mais conhecida como Rio 92^{*}, a Cúpula Mundial sobre Desenvolvimento Sustentável (Rio+10)^{*}, realizada em 2002 em Joanesburgo, África do Sul, o Protocolo de Quioto^{*} (1997), os relatórios do Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas (IPCC – sigla em inglês)^{*}, especialmente o quarto relatório de 2007, as Conferência das Partes (COPs)^{*}, a Rio+20, bem como as catástrofes

¹ Todos os nomes relacionados aos informantes que participaram desta pesquisa foram modificados com o intuito de preservar a identidade dos mesmos.

² Todos os termos marcados com o símbolo asterisco (*) estão contemplados por uma breve explicação sobre seu significado no Anexo B – Glossário de Termos Ambientais ao final deste trabalho.

³ As nomenclaturas Consumo Sustentável, Consumo Consciente, Consumo Responsável, Consumo Verde, Consumo Ecológico, Consumo Político, Consumo Solidário e Consumo Ético serão tratadas no capítulo três desta pesquisa.

⁴ O conceito de desenvolvimento sustentável será discutido no capítulo dois desta pesquisa.

⁵ Pesquisa realizada por Crespo inicialmente através do Instituto de Estudos da Religião (ISER), e o Ministério do Meio Ambiente (MMA). Esta compõe uma série histórica em cinco edições com publicações respectivamente em 1992, 1998, 2002, 2006 e 2012.

ambientais, tanto no Brasil quanto no mundo, impulsionaram a propagação destas informações, assim como a percepção destes problemas, sentidos pela população em seu cotidiano.

Neste mesmo período, muitas organizações não governamentais (ONGs) foram criadas para atuar na temática ambiental, enquanto outras se fortaleceram e tornaram-se referência em suas áreas de atuação. O governo brasileiro intensificou as políticas de comando e controle*, como a Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS - Lei nº 12.305/10), campanhas de sensibilização relacionadas aos problemas socioambientais, como campanhas em prol da coleta seletiva*, prevenção ao desmatamento e queimadas, preservação da biodiversidade e promoção da educação ambiental, e a assinatura de acordos internacionais, como o Processo de *Marrakesh** que deu origem ao Plano de Ação para a Produção e Consumo Sustentáveis (PPCS). Iniciativas que vem sendo acompanhadas pelas esferas estadual e municipal de governo. Empresas que já buscavam um processo de produção mais condizente com a preservação ambiental passaram a ser valorizadas enquanto outras começaram a buscar a compatibilização entre seus processos de produção com o discurso ambiental. Desta forma, começa a haver uma maior disponibilidade de produtos e serviços com melhor desempenho socioambiental, através de práticas vinculadas ao conceito de Responsabilidade Social Empresarial (RSE).

Como “*uma andorinha só não faz verão*”, todos são chamados à ação, a cuidar do meio ambiente, e os consumidores passaram a ser percebidos como estratégicos neste processo de mudança. Os cidadãos começaram a ser interpelados a se engajar em ações voltadas para a sustentabilidade ou a adotar um estilo de vida menos impactante, apelo este realizado por Governos, ONGs, empresas e meios de comunicação. A partir da Rio 92, o estilo de vida passou a ser responsabilizado pelos danos ambientais. E os consumidores, enquanto cidadãos, passam a ser vistos pelo movimento ambientalista como um ator capaz de mudar seu estilo de vida através da adoção de práticas e escolhas mais sustentáveis, podendo desacelerar e reverter os impactos causados ao meio ambiente. O estilo de vida e consumo, assim, é considerado por muitos como o “grande vilão”, mas também a chave para a transformação.

Campanhas de educação, guias e manuais explicando o que as pessoas deveriam fazer e como cada uma das ações poderia reduzir a degradação ambiental, foram criados e veiculados, especialmente, na televisão e na *Internet*. Calculadoras

virtuais para medir as emissões individuais de carbono e a pegada ecológica*, ferramenta que calcula a “quantidade de planetas” necessários para manutenção de um determinado estilo de vida, se replicado para toda a população do globo, tentam sensibilizar os indivíduos com relação à sua responsabilidade na manutenção do equilíbrio do planeta a partir das suas escolhas, entendendo que uma ação, por menor que seja, tem implicações no complexo sistema planetário. Giddens (1997) defende que da mesma forma como as ações locais podem ser influenciadas por questões globais, “*por acontecimentos ou organismos distantes*” (p. 74), através de uma cadeia de interdependência, como pode ser observado nas relações de mercado internacional ou em períodos de crises econômicas, o “*reverso desta medalha*” (p. 75), desta transformação na agenda social, é o potencial que as ações locais têm de causar efeitos globais.

“Hoje em dia, as ações cotidianas de um indivíduo produzem consequências globais. Minha decisão de comprar uma determinada peça de roupa, por exemplo, ou um tipo específico de alimento, tem múltiplas implicações globais. Não somente afeta a sobrevivência de alguém que vive do outro lado do mundo, mas pode contribuir para um processo de deteriorização que em si tem consequências potenciais para toda a humanidade” (GIDDENS, 1997, p. 75).

A politização das práticas cotidianas de consumo é defendida por alguns pesquisadores, como Hirschman (1983), Beck (1997), Canclini (1999) e Portilho (2005), que demonstram que a partir do consumo de bens e serviços os indivíduos podem sinalizar publicamente sua posição com relação aos valores que lhes são caros. Desta forma, o campo do consumo se transforma em seara privilegiada para enfrentamento de questões públicas e coletivas pelos indivíduos aparentemente isolados, processo pelo qual os consumidores devem assumir as responsabilidades e se perceber como atores importantes na construção da sociedade em que vivem. Como constata Canclini (1999), “*alguns consumidores querem ser cidadãos*” (p. 92).

Foi considerando a possibilidade de o consumidor atuar como cidadão e, através das suas ações cotidianas, influenciar e induzir mudanças sociais, que diferentes setores do movimento ambientalista passaram a enfatizar a sensibilização e o “empoderamento” deste ator com a finalidade de alcançar transformações significativas

na forma como o homem se relaciona com o meio ambiente e, conseqüentemente, a conservação deste.

Não será objeto desta pesquisa a eficiência das ações estimuladas pelas ONGs, governos, empresas e meios de comunicação. A minha preocupação versa sobre as possibilidades e impossibilidades de seguir a “cartilha”, de ordem normativa, das práticas social e ambientalmente corretas, refletindo sobre questões, como: é realmente possível, dentro do atual modelo de sociedade, ser um consumidor responsável, consciente, sustentável? Até que ponto é crível “ambientalizar” nossas práticas cotidianas? Existem instrumentos disponíveis para implementação destas ações?

Entendendo que as práticas de consumo são reguladas por lógicas culturais e valores, pela influência dos gostos e pela relação de prazer fornecida por estas experiências, as mudanças nas ações individuais dialogam diretamente com a estrutura da sociedade e tem o potencial para transformá-la, abrindo espaço para novas práticas sociais. O que não seria algo impossível visto todas as mudanças no comportamento humano ocorridas nos últimos quatro séculos. Campbell (2005) analisou, por exemplo, as mudanças nos valores culturais ocorridas no período pré-Revolução Industrial, no século XVIII, que levaram à formação de um mercado consumidor, fundamental para o sucesso da Revolução Industrial, conforme mostraremos no terceiro capítulo desta pesquisa.

O consumidor que se considera ambientalista e que, por esta razão, já tem internalizado os valores pautados nos cuidados com o meio ambiente, parece ser justamente o ator capaz de realizar as ações recomendadas pelo movimento ambientalista e demandadas a toda a sociedade. Este parece ser também o sujeito ideal para apontar as ações possíveis, não necessariamente as recomendadas pelas “cartilhas”, mas as ações plausíveis dentro de uma sociedade que não é norteadas pela sustentabilidade social e ambiental. Ao mesmo tempo, o consumidor, que é ambientalista, pode colocar em evidência a complexidade envolvida nas práticas diárias, onde os preceitos ambientais estarão constantemente dialogando com outros valores, em alguns casos conflitantes. A hipótese que considero é que, devido à complexidade existente no processo de escolha somado, muitas vezes, com a falta de opções no mercado de bens e serviços com melhor desempenho ambiental, nem mesmo os ambientalistas, hoje, conseguem seguir a “cartilha” das práticas consideradas “ambientalmente corretas”, mas nem por isso, estes atores deixam de elaborar

estratégias para agir em consonância com seus valores ambientais por meio das suas práticas de consumo cotidianas. Foi com o objetivo de compreender toda esta dinâmica e as dificuldades envolvidas que, através de uma pesquisa etnográfica com 13 pessoas que se autoidentificam como ambientalistas, busquei:

- Analisar as controvérsias, tensões e dilemas do discurso e das práticas de consumo destes ambientalistas.
- Verificar se os consumidores que são ambientalistas percebem a prática de consumo como uma possibilidade de produção de mudanças sociais.
- Aprender as formas como o consumo é praticado por este grupo e as estratégias estabelecidas por eles para adquirir produtos ditos sustentáveis em suas compras cotidianas.

É importante salientar que este estudo não representa, de forma alguma, a totalidade de práticas de consumo realizadas por um amplo número de sujeitos que venham a se identificar como ambientalistas. A presente pesquisa busca a compreender as práticas de consumo cotidianas realizadas por um pequeno grupo de ambientalistas. Sendo assim, não pretendo fazer generalizações que possam dar conta da totalidade de práticas de consumo e sujeitos que envolvem o movimento ambientalista. Este estudo representa uma tentativa de compreender sujeitos e ações que são apontados como o futuro das sociedades sustentáveis.

1.1. O caminho até aqui

Enquanto profissional da área ambiental, atuando dentro da ONG Ecomarapendi, eu engrossava o coro dos manuais e “cartilhas” sobre o que cada pessoa deveria fazer para ser mais sustentável. Como consumidora, cidadã e ambientalista, buscava colocar estas mesmas “cartilhas” em prática em cada ida ao supermercado ou à feira, a cada item que adentrasse a minha residência, em cada ação dentro e fora de casa.

Foi a partir das minhas inquietações cotidianas que comecei a refletir sobre o objeto desta pesquisa.

Na época em que escolhi o tema e iniciei o mestrado, eu ainda trabalhava no projeto Recicloteca, desta mesma ONG, que tem como um dos objetivos sensibilizar a população sobre a gestão adequada dos resíduos sólidos a partir da filosofia dos 3Rs* (Reduzir, Reutilizar e Reciclar), o que fez com que a temática dos resíduos sólidos ganhasse centralidade em minha vida. Na Recicloteca, descobri que lixo não era somente lixo, uma coisa genérica, mas lixo era classificado pelo local em que era gerado e por tipo. Descobri também as implicações sociais e ambientais do seu descarte inadequado. Colocar meu saco de lixo fechado no quarto do lixo do meu andar deixou de ser um ato automático e passou a demandar uma série de reflexões sobre o que eu estava descartando. E de tanto falar, literalmente, de lixo e refletir sobre o seu processo de produção, as práticas de consumo também ganharam espaço em meus pensamentos e preocupações.

As idas ao supermercado transformaram-se em um exercício, em um momento em que, a todo o momento, as implicações ambientais das embalagens apareciam como critério de escolhas dos produtos. Com o tempo, outros aspectos começaram a aparecer assim como os limites e as dificuldades para realizar o meu desejo de fazer com que minhas compras fossem mais sustentáveis. Como compradora, eu comecei a me questionar sobre o que seria, na prática, este consumo consciente, sustentável ou responsável que, no ato da compra, me parecia cada vez mais uma expressão abstrata diante do um furacão de possibilidade de produtos não sustentáveis e da leve brisa de produtos ditos “amigos da natureza”. A ideia do consumo enquanto vilão, como o grande responsável pela degradação ambiental do mundo, começou a me incomodar. Ao mesmo tempo, comecei a procurar mais informações sobre o assunto.

A escolha do tema, dentro deste cenário, me pareceu natural. Afinal, seria possível ser um consumidor sustentável? Enquanto ambientalista, não me considerava capaz de tamanha façanha, por mais que tivesse absorvido, no dia a dia, muitas das dicas disseminadas pelo movimento ambientalista. Por várias vezes, por exemplo, fiz o teste da Pegada Ecológica⁶, e mesmo a versão internacional (*Ecological Footprint*), e

⁶ A calculadora “Pegada Ecológica” está disponível no endereço eletrônico da ONG WWF-Brasil: <http://www.pegadaecologica.org.br/>. A versão internacional (*Ecological Footprint*) encontra-se no sítio eletrônico: <http://www.myfootprint.org/>

jamais consegui obter um resultado que compatibilizasse meu estilo de vida, as escolhas que eu faço diariamente, com o que um único planeta poderia suportar. Eu estava sempre “devendo” pelo menos meio planeta.

Desta forma, tentar compreender como os ambientalistas entendem e realizam o consumo e a aquisição de bens e serviços me levou à presente pesquisa. Quais são as estratégias utilizadas por eles para transformar seu estilo de vida no mais sustentável possível? Acreditam ser possível compatibilizar práticas de consumo e sustentabilidade? No ato da compra, quais são as possibilidades e impossibilidades que os ambientalistas enfrentam? O que fazem para superá-las? Conseguem seguir as “cartilhas” das “boas práticas ambientais”? Acreditam que a mudança no consumo e no estilo de vida contribui para a construção de uma sociedade sustentável? É uma mudança possível e desejada?

1.2. Procedimentos metodológicos

A construção dos dados etnográficos foi realizada ao longo de 10 meses, entre abril de 2011 e fevereiro de 2012, através da observação participante durante as compras de abastecimento feitas pelos ambientalistas, das visitas às suas residências e alguns encontros informais, que eventualmente aconteciam em *shopping centers*, restaurantes, local de trabalho e *campus* universitário. Como alguns dos informantes foram indicados por pessoas da minha rede social, eventualmente eu os encontrava em aniversários ou outros tipos de eventos sociais. A pesquisa ainda contou com entrevistas semiestruturadas.

Ao iniciar a pesquisa de campo busquei, a partir da leitura da pesquisa etnográfica realizada por Malinowski (1978) no litoral sul da Nova Guiné, organizar a pesquisa em duas etapas: 1) trabalho de campo e 2) leitura e análise dos dados recolhidos no campo. O primeiro foi a realização da pesquisa etnográfica e das entrevistas semiestruturadas com todos os informantes. Acompanhar os ambientalistas em suas compras de abastecimento do lar assim como realizar as entrevistas semiestruturadas dependia da disponibilidade dos informantes. Por esta razão, em alguns casos, as entrevistas foram realizadas antes da primeira vez que os acompanhei em suas compras, em outros casos, a realização da entrevista só foi possível após a

primeira ou segunda compra. Em um segundo momento, e com todas as informações do trabalho de campo organizadas, é que o escopo teórico do trabalho foi definido e a análise dos dados realizada.

Cabe ressaltar que as questões e observações relatadas nas seções anteriores foram importantes para pensar o campo, entretanto, não se transformaram em ideias preconcebidas do que deveria ser encontrado, nem de que tipo de ação ou discurso deveria ser esperado dos ambientalistas. O próprio campo, os fatos revelados pelas falas e observados nas ações dos informantes, nos levou a outras questões pertinentes ao entendimento das práticas de consumo dos ambientalistas que não haviam sido pensadas *a priori*.

A leitura de autores como Miller (2002) e Barbosa (2004) abriu a possibilidade para pensar em possíveis categorias que poderiam aparecer no campo, como “o presentinho”, e os conflitos de valores.

Assim como Favret-Saada (2005), não somente fui afetada pela pesquisa, como já entrei nas atividades relacionadas ao trabalho de campo envolvida pelo tema e, em muitos casos, identificada pelos meus próprios informantes como sendo um deles, isto é, uma ambientalista como eles, que estava fazendo uma investigação sobre práticas cotidianas muito semelhantes às suas. Minha identificação como ambientalista auxiliou a pesquisa de duas maneiras. A primeira delas foi a minha familiaridade com os termos e eventos ambientais, fazendo com que nossas conversas fluíssem sem a necessidade deles, a todo o momento, explicarem o significado de determinados conceitos, como aterro sanitário*, compostagem*, organismo geneticamente modificado (OGM)* e aquecimento global*, entre outros. Ao mesmo tempo, por trabalhar com gestão de resíduos sólidos, as nossas conversas acabavam se aprofundando sobre tema, ao mesmo tempo em que eu era percebida como uma referência para tirar suas dúvidas sobre as embalagens que eles estavam adquirindo.

A construção do diário de campo teve a mesma função que para Favret-Saada (2005), contendo relatos detalhados sobre todos os encontros e conversas, tenham eles acontecidos presencialmente, por telefone ou correio virtual, de forma que, ao término do campo, eu pudesse retomar todas as informações anotadas e tentar compreender as práticas destes ambientalistas e de que maneira, sem que todos se

conhecessem, eles estavam ora compartilhavam práticas e discursos ora em caminhos opostos.

Através da pesquisa teórica procurei compreender a emergência do sujeito ecológico e a formação da sua identidade, assim como do próprio movimento ambientalista, por meio das teorias desenvolvidas por autores como McCormick (1992), Viola (1992), Crespo (1998) e Carvalho (2008). Para entender o campo do consumo, sua relação com o meio ambiente e o processo de politização do consumo, recorri aos estudos de Hirschman (1983), Beck (1997), Canclini (1999), Campbell (2001), Gomes e Barbosa (2004), Portilho (2005), Douglas e Isherwood (2009) e Barbosa (2010). Para a compreensão do significado dos termos consumo responsável, sustentável, ético, entre outros, utilizei as informações disponíveis no endereço eletrônico do Instituto Akatu pelo Consumo Consciente e do MMA. O Manual de Educação para o Consumo Sustentável, formulado pelo MMA, *Consumers International* (CI), Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (IDEC) e Ministério da Educação (MEC), também auxiliaram neste processo. As práticas de consumo dos ambientalistas foram analisadas a partir da teoria desenvolvida por Miller (2002) e das recomendações encontradas no sítio eletrônico de ONGs como WWF-Brasil, SOS Mata Atlântica e Instituto Akatu pelo Consumo Consciente, assim como do Manual de Educação para o Consumo Sustentável citado acima.

1.3. O campo da pesquisa

A pesquisa etnográfica foi realizada com 13 pessoas que se autoidentificaram como ambientalistas na região metropolitana do Rio de Janeiro/RJ. Para a seleção dos primeiros informantes, optei por partir da ONG Ecomarapendi, onde trabalhava a época do início da pesquisa⁷. Esta ONG indicou três funcionários que se consideram ambientalistas e estes indicaram outras pessoas para participar da pesquisa. Também contribuiu para a seleção dos informantes a minha rede pessoal bem como a da co-orientadora deste trabalho.

⁷ A ONG Ecomarapendi é uma organização com mais de 20 anos de atuação no Rio de Janeiro/RJ e no Brasil, com chancela do MMA, do Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome (MDS) e do Instituto Estadual do Ambiente (Inea) do Rio de Janeiro/RJ, em reconhecimento por seu trabalho e corpo técnico.

1.3.1. Os ambientalistas da pesquisa

É importante diferenciarmos os consumidores que esporadicamente se preocupam e levam em consideração aspectos ambientais em suas escolhas de consumo daqueles consumidores que se autodenominam ambientalistas e que compartilham entre si um universo de valores e atributos, participando e construindo o movimento ambientalista, mesmo com toda sua heterogeneidade, conforme será apresentado no próximo capítulo. Desta forma, procurei pessoas envolvidas diretamente em ONGs ambientalistas ou Redes Ambientais. Além disto, os ambientalistas, para compor a pesquisa, deveriam preencher os seguintes requisitos: 1) identificar-se como ambientalista; 2) ser reconhecido pelos pares como tal; 3) ter a questão ambiental como parte integrante da vida privada e, se possível, profissional; 4) estar envolvido com a temática ambiental há pelo menos três anos; e 5) e morar na região metropolitana do Rio de Janeiro/RJ.

Do total de 13 pessoas que se autoidentificam como ambientalistas e se dispuseram a participar deste trabalho, oito são homens e cinco mulheres, com uma idade média de 35 anos, tendo o mais novo 26 anos e o mais velho 59 anos. Sete deles são casados, quatro passaram pela experiência de esperar o primeiro filho durante a pesquisa e dois já tinham filhos. Dois ambientalistas são alemães, um porto-alegrense, três fluminenses, sendo um da região metropolitana e dois do interior do Estado, e sete cariocas. Dos que moram na capital fluminense, três residem na zona norte, dois no centro e seis na zona sul. Duas ambientalistas moram em cidades que compõem a região metropolitana, uma no município de Niterói e outra no município de São Gonçalo. Com exceção de um, todos tem formação universitária nas seguintes áreas: biologia e ciências biológicas, ciência da computação, engenharia agrícola e ambiental, economia, jornalismo e ciência política. Destes, um é doutor e dois estão fazendo doutorado, cinco são mestres, três possuem curso de pós-graduação e um está cursando a pós-graduação. Dentre eles, somente um ambientalista não atua em sua área de formação.

Quadro 1

Sexo					
08 homens			05 mulheres		
Idade					
Mais novo: 26 anos		Mais velho: 59 anos		Média de idade: 35 anos	
Estado civil					
Casados: 07			Solteiros: 06		
Nacionalidade/Naturalidade					
02 alemães	01 porto-alegrense		03 fluminenses		07 cariocas
Residência					
Zona Norte: 03		Zona Sul: 06	Centro: 02	Município da Região Metropolitana: 02	
Escolaridade					
Superior incompleto: 01	Superior completo: 12	Pós-graduados: 03		Mestres: 05	Doutores: 01
Área de formação					
Biologia e Ciências Biológicas: 08	Ciência da Computação: 01	Engenharia Agrícola e Ambiental: 01	Economia: 01	Jornalismo: 01	Ciência Política: 01

Por serem moradores de uma região com transporte público considerado de baixa qualidade e com um grande número de engarrafamentos, a bicicleta, carinhosamente chamada de “magrela” ou “camelo”, aparece facilmente no discurso e no cotidiano destas pessoas. Um deles é ativista da ONG Transporte Ativo, voltada para a questão da mobilidade urbana, dois participam da iniciativa “*Bike Anjo*”, oito utilizam a bicicleta como meio de transporte, seja para ir ao trabalho seja para pequenos deslocamentos dentro do seu bairro, um deles simpatiza com a possibilidade de usar a “magrela”, mas não acredita ser possível compatibilizar o uso da bicicleta com a escalada de compromissos profissionais que possui hoje. Apenas um dos ambientalistas não falou nada sobre a bicicleta⁸.

Segue uma apresentação sobre cada uma das 13 pessoas que participaram desta pesquisa.

Morador do Rio de Janeiro desde os treze anos, Alex é porto-alegrense, tem 36 anos, dos quais 13 envolvidos com a temática ambiental. Segundo ele, sua trajetória

⁸ Disponibilizamos no ANEXO A (p. 155) um quadro com todos os nativos, profissão, idade, local de moradia, ONG ou Rede que participam e as relações existentes entre eles.

pela questão ambiental começou durante a Rio 92, período em que também estava em busca de uma formação profissional. Mas, assegura que antes disso ele já participava da coleta seletiva. É formado em Biologia pela Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ), estagiou no Projeto Tamar em Ubatuba (SP) e no Parque Nacional Serra da Capivara, no Piauí. Trabalha atualmente na ONG Ecomarapendi com foco na gestão dos resíduos sólidos. É ciclo ativista e voluntário da ONG Transporte Ativo voltada para o tema da mobilidade urbana. Alex mora no bairro de Vila Isabel, zona norte do Rio de Janeiro/RJ, com sua esposa Luciana, que também está participando desta pesquisa.

Arthur tem 29 anos e é natural de Petrópolis, região serrana do Estado do Rio de Janeiro. Começou seu encantamento pelo meio ambiente ainda quando era criança, época em que morava em uma antiga fazenda, uma área muito arborizada, onde os alimentos eram retirados do próprio terreno da casa em que vivia. Quando resolveu estudar escolheu o curso de Engenharia Agrícola e Ambiental, especializando-se na parte ambiental através de um *Master Business Administration* (MBA) em Gestão e Controle Ambiental. Trabalha como consultor ambiental na ONG SOS Mata Atlântica. Participa do movimento “Massa Crítica”⁹ ou “Bicicletada” uma vez por mês e é voluntário na iniciativa “*Bike Anjo*”, que tem o intuito de incentivar um número maior de pessoas a adotar a bicicleta como meio de transporte. Arthur é solteiro e divide apartamento no bairro de Botafogo, zona sul do Rio de Janeiro/RJ, com a prima, que é médica e, segundo Arthur, não é ambientalista.

Camila foi voluntária da ONG internacional Greenpeace, é voluntária da iniciativa 350.org. Recentemente foi contratada para trabalhar com educação ambiental em escolas no interior da Bahia através do projeto da ONG Coral Vivo, para onde estava de mudança. É solteira, carioca, tem 29 anos, estudou Biologia Marinha e fez mestrado em Ciência Ambiental. Apesar de se considerar ambientalista há muito pouco tempo, ela relata que na sua infância na casa de praia em Itaipuaçu, no município de

⁹ “*Massa Crítica* (do inglês *Critical Mass*) ou *Bicicletada* (termo usado na maioria das cidades brasileiras e em Portugal e Moçambique) é um evento que ocorre tradicionalmente na última sexta-feira do mês em muitas cidades pelo mundo, onde ciclistas, skatistas, patinadores e outras pessoas com veículos movidos à propulsão humana, ocupam seu espaço nas ruas. Os principais objetivos são divulgar a bicicleta como um meio de transporte, criar condições favoráveis para o uso deste veículo e tornar mais ecológicos e sustentáveis os transportes de pessoas, principalmente no meio urbano” (Wikipédia, a enciclopédia livre/Verbete: Massa Crítica. Acessado em 30 de outubro de 2012 em http://pt.wikipedia.org/wiki/Massa_Cr%C3%ADtica).

Maricá/RJ, tinha acesso a áreas verdes, podia brincar com terra e subir nas árvores, e que esse contato com um ambiente mais natural influenciou muito a sua identificação com a questão ambiental. Quando entrou para a pesquisa, ela morava com a família no bairro de Icaraí, no município de Niterói/RJ.

Carlos tem 31 anos, é carioca, economista e cursou MBA na Espanha. Atua na área de meio ambiente há seis anos. Começou a se envolver com a questão ambiental quando assistiu, em 2002, a uma palestra do Ricardo Young, então CEO do *Yázigi Internexus*, sobre o tema. Em 2004, Carlos morou em Amsterdã, Holanda, onde atuou no setor de sustentabilidade do ABN Anro Bank, mas foi a cultura do país que influenciou o seu envolvimento com a questão ambiental, o contato com o país, com a cultura holandesa que o fez abrir os olhos para esta questão. Já trabalhou na ONG internacional Amigos da Terra, com sede em São Paulo, e na Fundação Brasileira para o Desenvolvimento Sustentável (FBDS). Atualmente, Carlos atua como Consultor em Sustentabilidade através da sua própria empresa. Mora com sua noiva Isabela no bairro de Ipanema, que fica na zona sul do Rio de Janeiro/RJ. Isabela não se considera ambientalista nem atuante na área ambiental, mas simpatiza com a causa ambiental dentro de um determinado limite.

Gabriel tem 26 anos, é carioca, estuda História e trabalha como servidor público federal no Arquivo Nacional. É voluntário da ONG internacional Greenpeace há três anos. Participa tanto das mobilizações físicas da instituição quanto das campanhas através da *internet*. Há cerca de seis anos, ele teve um marco quando presenciou um grande incêndio em Mato Grosso, que o levou a se preocupar com a questão climática e, conseqüentemente, com a questão ambiental. Sua atuação profissional é desvinculada de seu “ativismo” ambiental. No entanto, em seu trabalho a dimensão ambiental surge muito em função do fato de alguns colegas saberem da sua atuação como ambientalista através dos jornais, transformando-o em uma referência para informações sobre o assunto. Antes mesmo de começar a ser voluntário nesta organização, ele já estava preocupado com a questão do lixo e começou a se envolver na resolução deste problema no nível mais micro, na sua casa, no seu prédio. Gabriel é solteiro e no início da pesquisa alugava um quarto em uma casa em Santa Tereza, bairro na região central do município do Rio de Janeiro/RJ. No último mês da pesquisa, ele se mudou para a Ilha do Governador, na Zona Norte, com sua namorada, então grávida de seis semanas, e que não é percebida por Gabriel como ambientalista.

Juliana estava na 28ª semana de gravidez de Amanda quando entrou para a pesquisa. Ela tem 29 anos, é casada, formada em Ciências Biológicas e está cursando uma pós-graduação em Gestão Ambiental no Instituto Federal de Educação (IFE) de Nilópolis/RJ. Começou seu trabalho na área ambiental em 2007 quando foi contratada pela ONG Ecomarapendi para atuar como educadora ambiental. É moradora de São Gonçalo, na região metropolitana do Rio de Janeiro. Trabalha em dois projetos da Ecomarapendi, um de Educação Ambiental Comunitária no bairro Arsenal em São Gonçalo e o outro de Educação Ambiental na UPP do Morro dos Macacos, em Vila Isabel, zona norte do Rio de Janeiro/RJ.

Lucas se considera envolvido pela temática ambiental desde os seis anos de idade, quando o pai reuniu os moradores da sua rua em torno de um mutirão que transformou os canteiros “carecas” da rua em que moravam em áreas cheias de verde. Formado em Biologia, com especialização em Ciências Ambientais e mestrado em Ecologia Social, ele atua como professor universitário na UniverCidade e na Fundação Oswaldo Cruz. Além disso, ele tem uma microempresa que presta serviço para o Sebrae na área de Educação Ambiental, Gestão Ambiental e Ecoturismo. Prefere atuar na linha mais socioambiental. Tem 40 anos, é carioca e casado com uma bióloga, que segundo ele não é ambientalista. O casal é morador da Gávea, zona sul do Rio de Janeiro/RJ.

Luciana é natural de Resende/RJ, tem 30 anos e está grávida do primeiro filho. Envolvida com a questão socioambiental, como ela prefere falar, desde 1999. Luciana fez sua graduação em Biologia pela Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ) e é mestre em Saúde Pública pela ENSP/Fiocruz. Atualmente é professora da Fundação de Apoio à Escola Técnica (FAETEC), ministra aulas à distância de biologia para filhos de brasileiros no Japão e atua como consultora ambiental da ONG Ecomarapendi. Mora em Vila Isabel, na zona norte do Rio de Janeiro/RJ, com Alex, um dos outros ambientalistas que participam desta pesquisa.

Marcelo tem 45 anos, é carioca e jornalista. Trabalha na Globo News e é professor da Pontifícia Universidade Católica (PUC-RIO). Tanto em seu trabalho como jornalista quanto dentro da universidade, a questão ambiental está em evidência. É formado em Comunicação Social e possui um MBE em Gestão Ambiental. Marcelo já possuía uma identificação com a questão ambiental, mas depois de trabalhar na cobertura da Rio 92, o envolvimento com a temática se transformou em um “norte” tanto pessoal quanto profissional. Deste então, ele fez três cursos para entender melhor

o tema, estudou textos de autores como Fritjof Capra e Leonardo Boff, e diversas leituras de textos encontrados na *internet*. Participa da Rede Brasileira de Jornalismo Ambiental (RBJA). Marcelo é divorciado, mora no bairro de Laranjeiras, na zona sul do Rio de Janeiro/RJ, e considera que possui duas filhas “postças”, filhas de sua atual companheira.

Para Pedro, sua relação com as questões ambientais começou na época em que entrou na faculdade, em 1971, quando cursou Biologia. Mas, desde então, sua relação com o meio ambiente foi pautada por uma visão mais humanista que naturalista, se colocando em uma linha denominada por ele mesmo de “ambientalismo pró-humanista”. Aos 59 anos, Pedro é doutor em Ciências da Informação, professor na Universidade Estadual do Rio de Janeiro (UERJ) e membro da Rede de Educação Ambiental do Rio de Janeiro (REARJ). Pedro tem uma filha e é divorciado. Morador de Vila Isabel, na zona norte do Rio de Janeiro/RJ, onde reside em um apartamento vizinho ao da sua mãe, onde as cozinhas se integram.

Rafaela tem 30 anos, é alemã com formação em Ciências Políticas e História, e atualmente faz doutorado em Ciências Políticas. Prefere falar sobre as questões socioambientais por acreditar que o social e o ambiental não estão desvinculados. Esta atuação começou na época da faculdade, há seis anos, através do Partido Verde da Alemanha, considerado por ela muito mais verde do que o Partido Verde brasileiro. É associada da Rede Ecológica¹⁰, onde adquire boa parte dos produtos que são consumidos em sua casa. Possui união estável com Virgínia, também uma das ambientalistas desta pesquisa, com quem mora em Botafogo, bairro da zona sul do Rio de Janeiro/RJ.

Rogério é alemão, casado com uma brasileira que não se considera ambientalista. Tem duas filhas, uma de 11 anos e outra de 13 anos. Com 46 anos, Rogério é empresário atuando na área de energia solar, é membro da Sociedade do Sol e possui formação acadêmica em Ciência da Computação. Considera-se ambientalista desde a adolescência, diz possuir hábitos ecológicos “desde sempre”, ressaltando que o acidente com a Usina Nuclear de Chernobyl, na Ucrânia, em si só veio a reforçar isso. Atualmente, eles moram em uma casa no bairro de Santa Tereza, região central do município do Rio de Janeiro/RJ, onde criam um coelho, dois porcos da índia e um cachorro.

¹⁰ A definição de Rede Ecológica é apresenta na página 124, no quinto capítulo desta dissertação.

Com formação em Ciências da Computação, Virgínia faz doutorado em Algoritmo e é funcionária concursada da Petrobrás S.A. A questão ambiental entrou na sua vida a partir do momento em que saiu da casa dos pais, há cerca de cinco anos, e foi morar sozinha. Nesta época, passou a refletir mais sobre seus hábitos e a tomar consciência das suas escolhas, das buscas que fazia. Foi quando se percebeu enquanto ambientalista. Hoje faz parte da Rede Ecológica e atua como voluntária da iniciativa “*Bike Anjo*”. Virgínia tem 28 anos e mora com Rafaela em Botafogo, na zona sul do Rio de Janeiro/RJ.

1.4. Capítulos

Começo este trabalho procurando entender quem é o ambientalista, sujeito da pesquisa. Para isto, no segundo capítulo, apresento um breve histórico sobre o surgimento da preocupação ambiental e do nascimento do movimento ambientalista. Em seguida, trato da identidade do ambientalista. Posteriormente, retrato o deslocamento do discurso e foco de atuação do movimento ambientalista até chegar ao processo de responsabilização do consumidor pela degradação ambiental particularmente a partir da Rio 92. Finalmente, os ambientalistas da pesquisa falam sobre de quem eles acreditam que seja a responsabilidade pela resolução destes problemas, ao mesmo tempo em que assumem sua própria cota de responsabilidade.

Trago, já no terceiro capítulo, algumas reflexões oriundas da teoria antropológica sobre consumo, as implicações culturais desta prática e o processo de politização do consumo, fenômeno que ocorre a partir de um transbordamento da política sobre a vida privada. Ainda neste capítulo, discuto o processo de adjetivação do consumo por parte do movimento ambientalista, bem como a forma como estas são incorporadas ou não pelos ambientalistas integrantes da pesquisa. Por fim, pondero sobre a possibilidade de alterar hábitos, conforme defendida por estes ambientalistas.

No quarto capítulo, abordo as ações cotidianas relacionadas ao consumo e empreendidas pelos ambientalistas. Com este fim, faço um resumo das principais recomendações feitas por ONGs e pelo governo federal sobre as práticas consideradas ambientalmente adequadas com relação ao consumo de água, energia e alimentos, e à destinação dos resíduos e escolha do modal de transporte. Além disto, mostro as

dificuldades, facilidades, restrições, conflitos e dilemas enfrentados pelos ambientalistas na hora de consumir bens e serviços.

No último capítulo, apresento como são realizadas as compras de abastecimento do lar pelos informantes, como cada item que entra no carrinho é escolhido, o uso das sacolas retornáveis e as dificuldades para encontrar produtos com melhor desempenho ambiental. Estabeleço um paralelo com a teoria desenvolvida por Daniel Miller (2002) em “Teoria das Compras”, na qual relaciona o ato de comprar como um ato de amor e devoção. No caso da presente pesquisa, procuro estabelecer como as compras de abastecimento do lar realizadas pelos ambientalistas podem ser percebidas como atos de amor e devoção “ao planeta”.

Capítulo 2: “*Mexendo em um ninho de vespa*”¹¹: por dentro do movimento ambientalista

“Você perguntou sobre ser ambientalista e na verdade todo mundo tem de ser ambientalista, o ambientalismo não tem de ser um grupo, falar que fulano é verde, parece um alien verde, e é um alienígena mesmo, porque ele é ambientalista” – Virgínia

Eles são chamados por muitos nomes, como “bicho grilo”, “verdes”, “ecologista”, “eco-chato”, “eco-xiita” e “ambientalista”. Algumas destas formas possuem uma conotação pejorativa e crítica, ao mesmo tempo em que representam uma tentativa de alocar dentro de um mesmo grupo pessoas que lutam pela defesa de um meio ambiente “*ecologicamente equilibrado*”¹² para todos, isto é, para a sociedade como um todo, considerando o bem estar das gerações atuais e futuras. A preocupação sobre “*que mundo eu vou deixar para os meus filhos e netos*” assim como “*que filhos vou deixar para o planeta*” é uma constante para este grupo. No entanto, o movimento ambientalista não possui um caráter homogêneo e universal, dado a diversidade de formas de compreender o tema e a complexidade das causas que defende.

Como veremos, até a década de 1970, o discurso dos movimentos ambientalistas estava pautado pela preservação de áreas naturais e o impacto provocado pelo crescimento populacional, considerado à época um dos grandes problemas a ser enfrentado pela humanidade. Após a realização da Conferência das Nações Unidas sobre o Ambiente Humano, também conhecida como Conferência de Estocolmo*, em 1972, a atenção do discurso hegemônico voltou-se para os impactos ambientais gerados pelas formas de produção nos países desenvolvidos, ocorrendo uma mudança de foco, sem que com isso houvesse a eliminação dos temas anteriores (PORTILHO, 2005). Conforme o movimento ambientalista foi se desenvolvendo, outros problemas atraíram a atenção da sociedade, dos governos e dos próprios ambientalistas, como a destruição da camada de ozônio*; a manipulação genética; a proteção da biodiversidade; o impacto

¹¹ Comentário feito por Gabriel, ambientalista e ativista da ONG internacional Greenpeace, no momento em que expliquei o intuito da pesquisa: “*you know you are in a wasp nest, don't you know?*”.

¹² A Constituição Federal de 1988, Art. 225, considera que todo brasileiro tem direito a um meio ambiente saudável, bem de uso comum: “*Todos têm direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, bem de uso comum do povo e essencial à sadia qualidade de vida, impondo-se ao Poder Público e à coletividade o dever de defendê-lo e preservá-lo para as futuras gerações*”.

ambiental causado pelo uso dos combustíveis fósseis e, conseqüentemente, a intensificação do efeito estufa* e do aquecimento do planeta; a construção de usinas nucleares, os possíveis acidentes, como o da Usina Nuclear de *Chernobyl*, na Ucrânia, em 1986, e o destino a ser dado aos resíduos nucleares gerados por esta atividade; poluição atmosférica, provocada por indústrias locais, como o ocorrido em Cubatão/SP, durante a década de 1980; a contaminação dos recursos hídricos, conforme aconteceu na cidade de *Shelton*, no estado de *Washington/EUA*, quando a instalação de uma fábrica de pasta papel e o respectivo descarte dos efluentes líquidos sem tratamento prévio na baía de *Punget Sound* trouxeram sérios problemas para a produção local de ostras, assim como para sustentabilidade financeira das famílias que viviam deste mercado (DUMOND, 1995); os problemas ocasionados pelo descarte inadequado do resíduo radiológico, como o desastre radiológico com a cápsula de césio - 137 (Cs-137)*, em Goiânia/GO, gerando a contaminação significativa de 249 pessoas, comprometendo a saúde de 129 destes indivíduos, bem como causando o óbito de quatro pessoas. O acidente gerou 3.500m³ de lixo radioativo e 112.800 pessoas precisaram ser monitoradas¹³; entre outros.

Além dos problemas considerados de escala global como parte de uma discussão mediada entre as nações e territórios no âmbito da ONU, cabe considerar que a dimensão ambiental nos países desenvolvidos e nos países em desenvolvimento expressa preocupações diferenciadas conforme o grau de desenvolvimento econômico e social, sendo que, no caso dos primeiros, por já terem superado os graves problemas sociais por que passam os segundos, as demandas ambientais aparecem em primeiro plano, enquanto que nos países em desenvolvimento as demandas sociais são mais latentes (VIOLA, 1992). No caso brasileiro, a partir de meados da década de 1980, ocorre um entrelaçamento dos problemas ambientais e sociais, que passam a ser percebidos conjuntamente e sobre um mesmo título: socioambientalismo. Segundo Crespo (1998), o socioambientalismo quer dizer que o “*ambientalismo ‘verde’ perde força e que a pauta ‘marrom’ de reformas por uma sociedade mais justa e igualitária se juntou à pauta de ações por um meio ambiente saudável tanto para as gerações presentes quanto futuras*” (p. 09). Isto pode ser notado no discurso tanto dos ambientalistas que participaram das diversas séries da pesquisa “O que o Brasileiro

¹³ Informações obtidas através do documento “História do Acidente Radioativo de Goiânia” desenvolvido pela Secretaria de Estado da Saúde/GO e pelo Sistema Único de Saúde. Acessado em 13 de agosto de 2012 em http://www.sgc.goias.gov.br/upload/links/arq_254_historiadooacident.pdf.

pensa do Meio Ambiente”, realizada por Crespo (1998), como também no discurso dos ambientalistas que participaram desta pesquisa, podendo ser evidenciado na explicação do meu entrevistado Lucas sobre sua identidade enquanto ambientalista: “(...) *eu não sei se sou somente ambientalista, eu gosto mais da linha do socioambientalista, porque o ambiente não está acima das pessoas e nem as pessoas acima do ambiente, eu acho que as duas coisas estão bem integradas*”.

Entender o movimento ambientalista, historicamente anterior à incorporação da problemática ambiental à agenda oficial internacional, enquanto um movimento que alimenta e é alimentado pelas discussões oficiais e que se desenvolve junto com a própria complexidade inerente ao tema e à sociedade, nos auxiliará a compreender quem são os ambientalistas. Ao mesmo tempo, esse processo histórico possibilitará um melhor entendimento sobre a relação entre práticas de consumo e impacto ambiental. Algumas questões podem contribuir para nosso entendimento: De que meio ambiente estamos falando? Que tipo de eventos leva a comunidade internacional a se preocupar com as implicações do modelo de produção? Quando e como surgiu a relação entre estilo de vida e degradação ambiental? De quem é a responsabilidade sobre os danos ambientais? Das empresas, fornecedoras de produtos e serviços à sociedade? Do governo, entendido como responsável pela formulação de leis, políticas públicas e fiscalização? Das organizações não governamentais, como agentes com poder de mobilização através de campanhas de sensibilização e articulação no enfrentamento dos problemas ambientais? Das agências intergovernamentais, que promovem searas de discussões acerca dos problemas ambientais globais bem como a cooperação internacional? Do consumidor, visto como alavanca de mudança social?

2.1. Surgimento da preocupação ambiental

A preocupação com o meio ambiente surge como preocupação com questões locais e, depois, se amplia para envolver questões regionais, nacionais e globais. A princípio esta era uma inquietação pontual e localizada de cientistas e naturalistas. As raízes do ambientalismo britânico, por exemplo, encontram-se nos estudos de história natural iniciados no século XVI e que se enriqueceram ao longo dos séculos XVII e XVIII com as novas descobertas científicas. Este movimento, organizado pelas classes ricas e médias da sociedade do século XIX, passou a lutar

contra a crueldade e devastação por que passavam os animais selvagens, principalmente os pássaros (McCORMICK, 1992). De forma geral, a emergência da questão ambiental surge em lugares, tempos e por razões diferentes. Não é filha de uma única nação, não é restrita a uma única localidade ou povo, é um problema que ora é local, ora é compartilhado por um conjunto de nações, ora possui alcance planetário.

Somente a partir da Revolução Industrial do século XVIII, com o desenvolvimento de maquinários e novas tecnologias, intensificando a extração de recursos naturais, assim como a criação de substâncias sintéticas, a produção de bens cada vez mais manufaturados e a geração de poluição ambiental com consequências incalculáveis, não só ao ambiente, mas à saúde humana, a sociedade começou a reconhecer o impacto, mesmo que timidamente, das suas ações sobre o ambiente. Não demorou muito para compreender que a poluição gerada por uma nação não ficava restrita ao seu território, tendo implicações nos países fronteiriços que sofriam, principalmente, com a poluição do ar, solo e água. Assim como a economia global estava interligada, constatou-se o mesmo com relação à exploração do meio ambiente. Problemas como os gerados pela chuva ácida*, que são levadas das áreas industriais para as rurais, ou de um país para o outro, através das correntes de ar; a poluição de um rio que pertence a uma bacia hidrográfica que, por sua vez, compreende dois ou mais territórios nacionais; a possibilidade da explosão de uma bomba atômica ou de um acidente nuclear no qual a poeira de radiatividade poderia causar contaminação em todo um continente; a emissão de um gás produzido por um refrigerador doméstico que, ao entrar em contato com a atmosfera, através de reações com outro gás, o ozônio (O₃), levaria à depleção da camada de ozônio e à diminuição da proteção contra os raios proveniente do sol; o adoecimento de pessoas através da contaminação dos rios por efluentes industriais não tratados, todos estes exemplos passaram a ser realidade.

Ainda no século XIX, a evolução científica, a maior mobilidade das pessoas, a disseminação de assentamento, a intensificação da indústria e as mudanças nas relações sociais e econômicas, dentre outros fatores, exerceram influência na formação de um movimento mais amplo voltado para a preservação dos remanescentes florestais no velho continente e nas novas áreas que estavam sendo povoadas, como América do Norte, Austrália e África do Sul. As origens do movimento ambientalista atual vêm deste período histórico, principalmente da segunda metade do século XIX, quando foram criados os primeiros grupos voltados para a proteção de áreas naturais e da vida selvagem, especialmente os pássaros. Entretanto, só depois da II Guerra

Mundial, da instauração da Guerra Fria e da constatação sobre a capacidade humana de destruição da vida no planeta é que o movimento ambientalista cresceu, disseminou e ganhou visibilidade para a sociedade, cientistas e governos. O que fez com que este eclodisse a partir da década de 1960, segundo McCormick (1992), foram seis fatores: 1) a sociedade da afluência, como consequência das políticas adotadas após a II Guerra Mundial gerando uma sociedade de bem estar social (*welfare state*) nas nações mais ricas; 2) o livro *Silent Spring*, da bióloga Rachel Carson, que revelou o impacto dos inseticidas sintéticos para o ambiente humano e natural¹⁴; 3) os testes atômicos e, consequentemente, as precipitações contaminadas pela radiação nuclear, que revelaram o impacto destrutivo que a tecnologia pode causar sobre o meio ambiente e a saúde humana; 4) "uma série de desastres ambientais bastante divulgados" (p. 65), como o derramando de petróleo em Santa Bárbara, nos Estados Unidos da América (EUA), em 1969, e o desastre na Baía de Miamata, no Japão, em 1956, em que a população do entorno da baía foi contaminada por mercúrio oriundo dos efluentes das indústrias locais; 5) o avanço no conhecimento científico sobre os danos das novas tecnologias; e 6) a influência de outros movimentos sociais, como aqueles contra a Guerra do Vietnam, os pacifistas, os contra os testes nucleares, os *hippies* e o movimento conhecido como contracultura.

Preocupado com o impacto e avanço da chuva ácida sobre seu território, o governo sueco submeteu uma solicitação a ONU, em julho de 1968, para a realização de uma conferência com o intuito de debater a questão internacionalmente, sendo esta convocada para 1972. Entretanto, até a realização da Conferência de Estocolmo, os debates científicos e reuniões preparatórias começaram a esquentar os embates. De um lado havia os cientistas denominados "Profetas do Apocalipse", como os do Clube de Roma*, que defendiam o crescimento zero através da publicação do relatório "Limites do Crescimento" (1972), ou os *neomalthusianos*, como o professor da Universidade de Stanford, EUA, Paul Ehrlich, com seu livro "*The population bomb*" (1968), alarmando sobre o perigo do crescimento da população mundial sem que este fosse acompanhado pelo mesmo crescimento na produção de alimentos, recomendando como solução o controle da natalidade. Não somente estas, como outras publicações, fizeram surgir refutações refinadas e apaixonadas de cientistas reacionários ao alarmismo dos "novos

¹⁴ O livro teve um importante papel ao alertar a opinião pública para os problemas e chamar a atenção dos governantes sobre o tema, o que levou, só nos Estados Unidos, à imposição de restrições ao uso de 12 substâncias tóxicas relatadas no livro.

Jeremias”. “Limites do Crescimento”, por exemplo, sofreu uma forte crítica realizada por 13 ensaístas associados à Unidade de Pesquisa em Ciência Política, da Universidade de Sussex, na Grã-Bretanha (McCORMICK, 1992). Apesar das críticas, houve um reconhecimento da importância destas teorias para o surgimento de novas pesquisas e, conseqüentemente, para a evolução do conhecimento científico acerca da complexidade existente nas relações ambientais, bem como para atrair a atenção da sociedade com relação à degradação ambiental.

Todas estas discussões alimentaram a entrada da pauta ambiental nas discussões oficiais no âmbito da ONU, materializando-se na da Conferência de Estocolmo, realizada na Suécia, em 1972. Esta reunião teve como um dos seus principais legados a criação do Programa das Nações Unidas sobre Meio Ambiente (PNUMA¹⁵). Também foi uma importante arena para definição da agenda ambiental dos países desenvolvidos e dos países em desenvolvimento, cabendo aos primeiros enfatizar a poluição gerada por suas indústrias, enquanto aos últimos caberia a tarefa de buscar o desenvolvimento sem desconsiderar a proteção do meio ambiente. No entanto, para os países em desenvolvimento, e para o Brasil em particular, a entrada da questão ambiental no cenário internacional foi vista com desconfiança por representar uma ameaça ao desenvolvimento, bem como a transformação de áreas naturais, muitas delas concentradas justamente nestes países, em patrimônio comum da humanidade a serem gerenciados por um fundo mundial (HERCULANO, 1992). Ao mesmo tempo, a possibilidade de limitar o crescimento dos países em desenvolvimento com o intuito de proteger suas florestas foi interpretada como injusta, tendo em vista que os países ricos desenvolveram-se à custa da destruição de suas próprias florestas. A desconfiança residia no fato do discurso sobre a proteção ambiental ser visto como uma maneira de manutenção do domínio dos países ricos sobre os pobres, um novo tipo de colonialismo. Este posicionamento começa a ganhar uma nova conotação quando governos de países em desenvolvimento veem-se obrigados a participar das mesas de negociações e a modificar seus projetos de desenvolvimento para minimizar o impacto ambiental dos mesmos, quando a preocupação com o meio ambiente transformou-se em uma condicionante para a obtenção de empréstimos em organismos internacionais. Isto foi fruto da pressão que órgãos de financiamento internacional começam a sofrer de ONGs ambientalistas internacionais, mas, também, da população dos países desenvolvidos.

¹⁵ Em inglês: United Nation Environment Program (Unep)

Um caso bem sucedido destas negociações ocorreu no Brasil e envolveu ONGs brasileiras e a população local diretamente impactada por um projeto do governo federal e do governo acreano. Esta articulação, junto ao Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), obrigou o governo brasileiro a atender critérios ambientais em suas grandes obras de desenvolvimento para conseguir empréstimos na referida instituição (VIOLA, 1992).

A confirmação da percepção de que as consequências negativas da degradação ambiental não ficavam restritas aos países que as provocavam e que as fronteiras geográficas e políticas nacionais nada significavam perante estes problemas, levou os líderes das diversas nações ao redor do mundo a se reunirem em torno destas Conferências, a assinar Convenções e a construção de Protocolos e Acordos nos últimos 40 anos com vista a mitigarem o impacto ambiental de cada nação. São exemplos desta atuação a Convenção de Viena* e o Protocolo de Montreal*, voltados para a regulação e eliminação de substâncias que reduzem a camada de ozônio, como os clorofluorcarbono* (CFCs); a criação da Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento¹⁶ (CMMAD) e a elaboração do relatório “Nosso Futuro Comum” ou Relatório Brundtland; a criação, no âmbito da ONU, do IPCC, em 1988, composto por cientistas de diversas nações que buscam compreender a mudança do clima induzida pela atividade humana e formas de adaptação e mitigação ao problema; a Rio 92, seara onde foram assinados documentos importantes como a Agenda 21*, a Convenção do Clima* e a Convenção da Biodiversidade*; a Conferência das Partes, mais conhecida como COP e realizada anualmente desde 1995 com o intuito de discutir e propor ações para minimizar as mudanças do clima no âmbito governamental, e que teve como resultado concreto o Protocolo de Quioto; e, mais recentemente, a Cúpula Mundial sobre Desenvolvimento Sustentável ou Rio+10, realizada em Johannesburgo, na África do Sul, em 2002, que deu origem ao Processo de *Marrakesh*, no qual os países signatários se comprometem a estabelecer planos de ação para promoverem mudanças dos padrões de produção e consumo sustentáveis. Neste sentido, o governo brasileiro elaborou, em 2011, o Plano de Ação para Produção e Consumo Sustentáveis (PPCS) com o objetivo de articular ações de governo, do setor produtivo e da sociedade

¹⁶ A Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (CMMAD), também conhecida como Comissão Brundtland, foi criada pela ONU em 1983, como decorrência da Conferência de Estocolmo sendo presidida pela primeira ministra da Noruega, Gro Harlem Brundtland. A Comissão tinha por objetivo avaliar o estado da questão ambiental e sua interface com o desenvolvimento (MOUSINHO, 2005).

voltados para padrões mais sustentáveis de produção e consumo. Até 2014, o governo pretende trabalhar com seis áreas principais: educação para o consumo sustentável; varejo e consumo sustentável; aumento da reciclagem; compras públicas sustentáveis; construções sustentáveis; e Agenda Ambiental na Administração Pública (A3P)¹⁷. A chegada do tema ambiental à “sala de jantar” do brasileiro começou nas décadas de 1960 e 1970, quando a sociedade começou a sentir os efeitos da poluição proveniente do processo de industrialização, visto naquele tempo como sinônimo de desenvolvimento (CRESPO, 2005). Entretanto, a familiaridade com os temas ambientais foi intensificada pela decisão do Brasil, em 1989, de sediar a realização da Rio 92, momento importante para a mudança da percepção ambiental por parte da sociedade brasileira. Desde então, o meio ambiente está na mídia, nas redes sociais, dentro das empresas, nas salas de aula, na mesa do jantar, nas conversas de bar e, até mesmo, dentro dos templos religiosos, o que pode ser exemplificado pelas diversas Campanhas da Fraternidade¹⁸ realizadas pela Igreja Católica que contemplaram o meio ambiente como foco de discussão e ação. De fato, o meio ambiente foi apropriado pelos mais diversos segmentos da sociedade, que ora se percebem como responsáveis pela proteção ambiental, ora como responsáveis pela degradação e ora como cidadãos com direito a um ambiente saudável.

No âmbito do governo brasileiro, neste aspecto, podemos ressaltar as iniciativas tanto através de campanhas de sensibilização da população quanto por meio de mecanismos de comando e controle, boa parte destas aparecendo como uma resposta ao envolvimento na agenda global e ao movimento ambientalista, que tratarei a seguir. Pode-se considerar um avanço, o fato do Brasil ter saído da posição de um país que estava aberto à instalação das indústrias poluidoras que sofriam restrições nos países desenvolvidas para um país signatário de uma série de tratados e protocolos internacionais comprometidos com um desenvolvimento mais sustentável. Exemplo

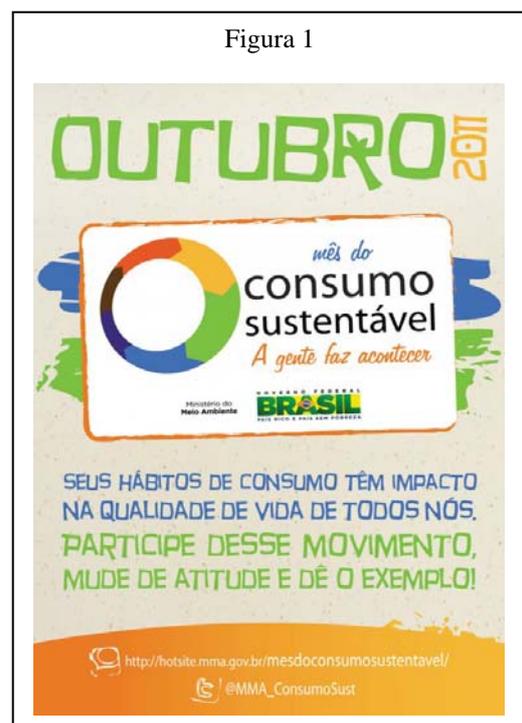
¹⁷ Informação obtida através da seção “Responsabilidade Socioambiental: Produção e Consumo Sustentáveis” do endereço eletrônico do MMA – Ministério do Meio Ambiente. Acessado em 05 de maio de 2012 em <http://www.mma.gov.br/responsabilidade-socioambiental/producao-e-consumo-sustentavel/plano-nacional>

¹⁸ A Campanha da Fraternidade, realizada anualmente pela Igreja Católica, teve sete temas e lemas relacionados à questão ambiental, sendo dois deles posteriores à Conferência de Estocolmo, e cinco deles posteriores à Rio 92: “Por um mundo mais humano – Preserve o que é de todos” (1979), “Fraternidade e Terra – Terra de Deus, terra de irmãos” (1986), “Fraternidade e Povos Indígenas – Por uma Terra sem males” (2002), “Fraternidade e Água – Água, fonte de vida” (2004), “Fraternidade e Amazônia – Vida e Missão neste Chão” (2007), “Economia e Vida – Vocês não podem servir a Deus e ao Dinheiro” (2010) e “Fraternidade e a Vida no Planeta! – ‘A criação geme em dores de parto’ (RM 8, 22)” (2011).

desta nova postura são as exigências legais de apresentação do Estudo de Impacto Ambiental* (EIA) e do Relatório de Impacto Ambiental* (RIMA) para a instalação de qualquer atividade produtiva potencialmente modificadora do meio ambiente, conforme estabelecido pela Resolução 001/86, do Conselho Nacional de Meio Ambiente (Conama), instrumento estabelecido pela Política Nacional do Meio Ambiente (Lei nº 6.938/81). Seguindo ainda esta linha de comando e controle, o governo promulgou nas últimas décadas a Política Nacional de Recursos Hídricos (Lei nº 9.433/97), a Lei de Crimes Ambientais (Lei nº 9.605/98), a Política Nacional de Educação Ambiental (Lei nº 9.795/99), a Política Nacional de Resíduos Sólidos (Lei nº 12.305/10), a Resolução do Conama 94/03 – que regula a destinação adequada de embalagens vazias de agrotóxico –, a Resolução do Conama 401/08, sobre Pilhas e Baterias e a Resolução do Conama 409/09 – que trata da prevenção à degradação ambiental causada pelos pneus inservíveis e seu adequado descarte –, entre outras.

As iniciativas voltadas para a sensibilização da população estão relacionadas às campanhas de educação ambiental e às práticas de consumo diárias denominadas no próprio sítio eletrônico do MMA de “Campanhas de Consumo Sustentável”, como o uso da sacola plástica através da campanha “Saco é um Saco” que, segundo estimativas do governo federal, reduziu a circulação de 800 milhões de sacolas plásticas desde o seu lançamento em 2009; “Consumo Consciente de Embalagens” que incentiva o consumidor a não adquirir produtos “superembalados”, isto é, com excesso de embalagens;

“Separe o lixo e acerte na Lata” tem o intuito de instruir os consumidores com relação à separação dos resíduos sólidos em secos (recicláveis) e úmidos (não recicláveis); “Outubro – Mês do Consumo Sustentável”, que faz referência ao Dia do Consumidor Consciente, instituído pelo MMA no dia 15 de outubro visando informar a população sobre a importância e o poder do consumo sustentável, como exemplifica o lema da última edição (Fig. 1): “Consumo Sustentável – A gente faz acontecer”; e, por



fim, a campanha “Vamos tirar o planeta do sufoco”, considerada a segunda etapa da “Saco é um Saco”, que procura mostrar as possibilidades de reutilização das sacolas plásticas.

Como forma de corresponder ao estabelecido pelo Processo de *Marrakesh*, ao qual o Brasil é signatário desde 2002, o governo submeteu o Plano de Ação para Produção e Consumo Sustentáveis (PPCS) à consulta pública no segundo semestre de 2010, sendo lançado em novembro de 2011 para implementação.

É possível constatar, além disso, um processo de especialização na formação de profissionais capazes de lidar com o gerenciamento e mitigação dos impactos ambientais. Como efeito, novos cursos de pós-graduação são criados dentro das disciplinas tradicionais ganhando o adjetivo ambiental ou sustentável, como educação ambiental, gestão ambiental, ciência ambiental, direito ambiental e arquitetura sustentável, dentre outras. Enquanto outras profissões já existentes passam a ser valorizadas, como engenharia sanitária, engenharia agrícola, engenharia florestal, medicina do trabalho e biologia (VIOLA, 1992).

2.2. O movimento ambientalista brasileiro e o nascimento do “ser ecológico”

A forma como o movimento surge, localizado e por diferentes razões, traduz a complexidade e a diversidade de questões que, ainda hoje, o compõem, fazendo com que o próprio movimento seja fragmentado em diferentes causas e movimentos internos. Segundo Viola (1992), o ambientalismo surgiu no Brasil compreendendo uma série de movimentos, como os conservacionistas, caracterizados pela luta contra a depleção e em prol da utilização racional dos recursos naturais; os preservacionistas, voltados para a proteção da fauna e flora; os movimentos ambientalistas que lutam contra a poluição rural e urbana; os movimentos contra energia nuclear; movimentos que apoiam o desenvolvimento de tecnologias de baixo impacto ambiental; os movimentos que visam o acesso ao saneamento básico, como água potável, tratamento de esgoto e coleta do lixo (fundamentais na agenda do ambientalismo dos países em desenvolvimento); e os que se consideram ecológicos ou ecologistas, acreditando que seus valores são mais “*profundos e contestatórios que o ambientalismo*” (p. 53). Havendo, muitas vezes, conflitos entre estes diversos grupos tanto na forma de atuação quanto na defesa do que consideram mais relevante. No caso brasileiro, ainda, o

socioambientalismo traz para a cena outros movimentos, como o dos trabalhadores rurais sem terra, dos atingidos pelas barragens, dos seringueiros e os movimentos de defesa do consumidor, entre outros. São movimentos sociais, ainda segundo Viola (1992), que foram influenciados pelo ambientalismo ou que se apropriaram da causa ambiental com o intuito de fortalecer suas causas.

De acordo com Loureiro (2003), o movimento ambientalista critica quatro características da sociedade contemporânea: 1) a tradição judaico-cristã, onde o homem é concebido como imagem e semelhança do Deus-Criador e, como tal, é considerado superior à natureza e aos demais seres do planeta que estão aqui para servi-lo; 2) a Revolução Científica e seu pensamento cartesiano-fragmentador que leva à perda da percepção do todo¹⁹; 3) a orientação individualista-antropocêntrica, em que a natureza é vista como uma forma de satisfazer as necessidades do homem, estando a serviço do homem; e 4) o modelo de desenvolvimento industrial e o "*uso tecnológico como meio de dominação e exploração*" (LOUREIRO, 2003, p. 24), provocando uma escalada de transformações ambientais com consequências imprevisíveis. O que está sendo apontado nesta última crítica é a velocidade de destruição, tendo em vista que a sociedade sempre alterou e se relacionou com o meio ambiente, porém, no período que sucedeu à Revolução Industrial no século XVIII, os processos de exploração e degradação se aceleraram, com o uso intensivo de matéria e energia para produção de bens, desmoronando a crença da inesgotabilidade da natureza.

Em sua fase inicial, o ambientalismo é percebido como um movimento destinado às pessoas que já superaram seus problemas econômicos e que, portanto, não precisariam se preocupar com sua sobrevivência, como é o caso da população dos países mais ricos. Havia um entendimento de que a sociedade só se preocuparia com o meio ambiente a partir do momento em que tivesse superado os problemas sociais. Esta teoria até poderia ser confirmada pela forma como o ambientalismo brasileiro surgiu, no seio da classe média, no entanto, não se sustentaria ao explicar como ele expandiu-se e fortaleceu-se nas camadas mais populares da sociedade através do processo de ambientalização dos movimentos sociais.

2.2.1. O socioambientalismo brasileiro

¹⁹ Partindo deste pressuposto, o homem domina a natureza através da ciência retirando seu caráter divino e posicionando o homem fora do meio ambiente.

O movimento ambientalista brasileiro remonta ao final da década de 50 do século XX, tendo como um de seus marcos a criação da Fundação Brasileira para a Conservação da Natureza (FBCN), em 1958, no Rio de Janeiro/RJ, com caráter preservacionista, isto é, voltada para a preservação da fauna e flora. No início dos anos 1970, é criada, em Porto Alegre/RS, a Associação Gaúcha de Proteção ao Ambiente Natural (AGAPAN), por iniciativa de José Lutzenberger. A AGAPAN tinha um escopo de atuação mais amplo que a FBCN, indo desde a defesa da fauna e das belezas paisagísticas, passando por ações de combate ao uso indiscriminado de defensivos agrícolas e a luta contra a poluição de cursos d'água por efluentes industriais e domésticos (VIOLA, 1992).

Somente a partir de meados da década de 1970, o número de organizações ambientalistas voltadas para a denúncia da poluição nos centros urbanos começou a crescer e a se estruturar. A fase inicial do movimento, em que há uma estruturação de diversos grupos ambientalistas, colhe mais derrotas que vitórias em seus embates tanto contra as indústrias poluidoras quanto contra as agências governamentais envolvidas com a degradação ambiental. Entretanto, estas ações iniciais contra indústrias poluidoras já instaladas, projetos de instalações de indústrias que pudessem causar danos ao meio ambiente e, ainda, a falta de fiscalização por parte do governo para a proteção de áreas já definidas por lei como áreas de preservação, leva a uma maior percepção da degradação ambiental por parte da sociedade brasileira. Este momento também fica marcado por duas linhas de ação: combate à poluição e proteção dos ecossistemas, ainda que no Rio Grande do Sul os eixos de ação ambiental sejam mais amplos. A depleção e o uso racional dos recursos naturais ficam de fora do movimento neste período (VIOLA, 1992).

É na década de 1980 que o ambientalismo brasileiro consegue ficar mais robusto em termos de número de organizações existentes e a alcançar algumas vitórias em suas lutas, como impedir a construção de um aeroporto em Caucaia do Alto/SP, local onde se encontrava um dos poucos remanescentes da Mata Atlântica. A sua construção foi transferida para o município de Guarulhos/SP; a ação contra a deteriorização social e ambiental de Cubatão/SP, que ficou conhecido como "O Vale da Morte"; a luta pelo controle dos agrotóxicos liderada pela AGAPAN obteve sucesso ao mobilizar a opinião pública gaúcha e realizar pressão para aprovação da primeira Lei Estadual de Agrotóxicos em 1983, exemplo que foi seguido pelos estados de Santa

Catarina, Paraná e São Paulo. No entanto, o movimento ambientalista não conseguiu articular-se o suficiente para vencer o *lobby* das multinacionais do agrotóxico na esfera federal, ficando a lei restrita a estas localidades. Na lista de derrotas, podemos citar a defesa das Sete Quedas do rio Paraná versus a construção da barragem de Itaipu; e a mobilização antiusinas nucleares, que não impediu as intenções do governo federal de desenvolver um programa nuclear (VIOLA, 1992).

Com o crescimento do movimento ambientalista, a abertura do sistema político brasileiro, a influência exercida pelo retorno dos exilados políticos – especialmente os que tiveram seu aprendizado ecológico na Europa – bem como a posterior criação do Partido Verde (PV), no Rio de Janeiro, e a perspectiva das eleições para o Congresso Constituinte, avistou-se a possibilidade da entrada da ação ambiental na seara político-partidária. Cria-se, então, a Coordenadoria Interestadual Ecologista para a Constituinte (CIEC), em 1985, com o objetivo de coordenar a candidatura de ambientalistas para intervir no futuro Congresso. No entanto, por divergências e rivalidades internas, o CIEC entra em colapso três meses antes das eleições. Em uma miríade de vinte candidatos, somente Fábio Feldman consegue eleger-se para o Congresso em 1986. O saldo positivo, segundo Viola (1992), foi a exposição dos temas ambientais, aos quais a sociedade foi submetida através da campanha eleitoral, além do importante papel exercido pelo deputado Fábio Feldman (à época filiado ao PMDB/SP, em 2010, então filiado ao PV/SP, Fábio Feldman concorreu para governador do estado de São Paulo) para a incorporação da temática ambiental no texto final da Constituição Federal de 1988.

As conexões entre os ambientalistas e os movimentos sociais aparecem já na década de 1980, quando há uma aproximação dos primeiros em relação aos segundos através dos sindicatos dos trabalhadores nas cidades industriais, do movimento dos trabalhadores sem terra, dos movimentos comunitários e de bairro, que buscavam acesso à água e esgoto tratados, e dos movimentos realizados por índios e seringueiros da Amazônia. Neste momento começa a se esboçar o que na década de 1990 passou a ser denominado de socioambientalismo, ou seja, grupos sociais que incorporam a proteção ambiental às suas lutas, identificando que o fator ambiental também tem implicações sociais.

Em um segundo momento, em meados da década de 1980, o movimento ambientalista reduz o seu caráter “denuncista” para voltar-se a estratégias que levassem

à conservação ou restauração de áreas danificadas, tornando-se mais propositivo. Ao mesmo tempo, a luta contra o desmatamento na Amazônia, o assassinato do seringueiro Chico Mendes e a decisão do governo brasileiro de sediar a Rio 92, colocam o movimento ambientalista brasileiro em evidência, assim como os ambientalistas passam a perceber uma maior valorização da sua luta. O desenvolvimento sustentável passa a fazer parte da pauta ambientalista, através tanto do Relatório Brundtland, quanto como parte da própria convocatória da Rio 92. Até aquele momento, o movimento manteve-se distante das discussões sobre o desenvolvimento econômico do país. O discurso que prevaleceu neste período no cenário internacional (a necessidade de adequação nos processos produtivos) não chegou a compor a pauta dos ambientalistas brasileiros, cuja luta estava voltada para outra seara, como já explicitado acima. Como resultado da Rio 92, podemos citar uma maior sensibilização e reconhecimento dos problemas ambientais por parte da sociedade e do próprio movimento ambientalista, que organiza sua participação no debate através do Fórum Internacional de ONGs e Movimentos Sociais²⁰, além da abertura de um espaço para o intercâmbio entre o movimento ambientalista brasileiro e o internacional.

A caracterização do movimento ambiental brasileiro como multissetorial aparece já na década de 1980 quando, além dos ambientalistas propriamente ditos e do socioambientalismo, passam a compor o movimento grupos e instituições científicas, que começam a abordar a problemática ambiental de forma interdisciplinar, e uma pequena parcela de gerentes e empresários que passam a adotar processos produtivos com menos impacto ambiental (VIOLA, 1992). Seguindo este modelo sugerido por Viola e Leis (1990, 1992 e 1995), Loureiro (2003) resume os diversos grupos que compõem o ambientalismo multissetorial:

- Ambientalismo *stricto sensu* – organizações sociais e grupos comunitários ambientalistas de três tipos (profissionais, semiprofissionais e amadores).
- Ambientalismo governamental – agências estatais de meio ambiente, nos níveis federal, estadual e municipal.

²⁰ O Fórum Internacional de ONGs e Movimentos Sociais foi realizado paralelamente a Rio 92, envolvendo organizações do terceiro setor com trabalhos relacionados à defesa do meio ambiente e das questões sociais.

- Socioambientalismo – organizações não governamentais, sindicatos e movimentos sociais que têm objetivos sociais precípuos, mas incorporam a dimensão ambiental em sua atuação e discurso.
- Ambientalismo científico – pessoas, grupos e instituições, que desenvolvem pesquisas científicas sobre a questão ambiental.
- Ambientalismo empresarial – empresários que vinculam sua produção a certos critérios de sustentabilidade ambiental, destacadamente ao conceito de Qualidade Total e às normas ISO, em voga na época.
- Ambientalismo político-profissional – quadros partidários, que procuram estabelecer políticas específicas que vinculem a dimensão ambiental às políticas públicas.
- Ambientalismo religioso – representantes de religiões e tradições espirituais, que relacionam a dimensão ambiental à consciência do divino e sagrado.
- Ambientalismo de educadores, profissionais de comunicação e arte – indivíduos, organizados coletivamente ou não, preocupados com o ambiente, que possuem grande capacidade de influir na consciência das massas.

Cabe ressaltar que há um processo de ambientalização da sociedade em seus mais diversos setores. Na figura a seguir (Fig. 2), Crespo (1998) delineou este processo de difusão ambiental pela sociedade demonstrando que os diversos grupos podem estar presentes concomitantemente em três níveis diferentes de atuação, sendo: 1) o núcleo da figura é composta pelos indivíduos com militância explícita na área ambiental, sendo denominados assim de núcleo orgânico; 2) o círculo do meio, denominado setor periférico, é composto por um grupo de sensibilização acentuada; 3) já a borda do sistema é contemplada pela sociedade de forma geral difusamente sensibilizada para a temática socioambiental.



O grupo de informantes que participou desta pesquisa está concentrado justamente no núcleo orgânico. Entretanto, esta pesquisa não contemplou todos os setores – empresários, movimentos sociais, cientistas, movimentos ecológicos, técnicos governamentais e políticos - relacionados por Crespo (1998). Os informantes estão concentrados no setor relacionado às ONGs e redes, como os movimentos sociais e os ecológicos. Mesmo os que poderiam ser alocados dentro

do grupo de empresários, por exemplo, o critério de escolha para participação na pesquisa foi justamente a relação deles com o terceiro setor.

Dos 13 ambientalistas, Alex, Arthur, Camila, Juliana e Luciana atuam profissionalmente em ONGs, como a Ecomarapendi, a SOS Mata Atlântica e o Coral Vivo. Lucas, Marcelo, Pedro e Rogério trabalham em áreas que envolvem a temática ambiental e, paralelamente à vida profissional, participam de redes, como a Rede de Educação Ambiental do Estado do Rio de Janeiro (REARJ) e Rede Brasileira de Jornalismo Ambiental (RBJA), e ONGs, como a Sociedade do Sol, a AndaBrasil e o Grupo Brasil Verde. Gabriel, Rafaela e Virgínia possuem profissões sem nenhuma relação com a temática ambiental, mas, em seu cotidiano, Gabriel atua como voluntário na organização Greenpeace e Virgínia e Rafaela são associadas da Rede Ecológica. Somente Carlos não está vinculado a uma organização governamental ou é membro de uma rede virtual, mas recentemente desligou-se da Fundação Brasileira para o Desenvolvimento Sustentável (FBDS) e da ONG Amigos da Terra. Atualmente, ele trabalha como consultor em sustentabilidade em sua própria empresa.

2.2.2. A construção da identidade dos ambientalistas

A vida em uma sociedade complexa industrial, como investigada por Velho (2002), coloca o indivíduo em contato com diversos domínios coexistentes, como parentesco, trabalho, lazer, religiosidade e sexualidade, dentre outros, e que, muito embora se relacionem, possuem especificidades e certa autonomia. Estes domínios, considerados sistemas já existentes de representações dentro da sociedade, estão associados ao *ethos* dos indivíduos e ora são relacionados ao mundo privado ora ao público. Em alguns casos, possuem fronteiras extremamente tênues entre um e outro, criando tensões na construção do “eu”, “*tensão entre as vivências nos domínios do público e do privado*” (p. 41), bem como uma descontinuidade entre eles através da fragmentação do “eu”. Ainda, segundo Velho (2002), há, através da introdução de preocupações sociais, e aqui tratamos de preocupações socioambientais, uma busca por coerência balizada pelo “*bem-estar individual*” (p. 44), sendo o domínio da esfera pública trazido para o domínio do privado. Ao mesmo tempo, a atuação na vida pública leva à atualização dos valores do “eu” e conseqüentemente abrem-se espaços para novos valores. A construção da identidade passa, então, por uma constante ressignificação do “eu” e tentativas de ajustes entre o domínio público e os valores a serem conjugados de forma coerente.

“Entre a obtenção do prazer imediato, a realização do desejo e o eventual sacrifício e ascetismo em nome de causas públicas, surgem também soluções intermediárias, menos melodramáticas. A acusação de comodismo ou mesmo conservadorismo paira sempre, e a autoacusação pode ser a mais dolorosa, quando imagens cuidadosamente elaboradas durante anos são reinventadas. É significativo, em termos antropológicos, como isto se atualiza na própria aparência física, com mudanças no estilo de vestuário, corte de cabelo, apresentação, em uma ou outra direção. Trata-se, obviamente, de atualizar, através de um código visual, a adesão a certos valores e crenças. A oscilação e a ambigüidade, produzidas pela coexistência de códigos diferentes, nem sempre se manifestam através de sinais tão evidentes. Mas isto não significa absolutamente a inexistência de tensão social e existencial, ainda que sob aparências mais discretas” (VELHO, 2002, p. 45).

Assim como Velho (2002) percebe a busca pela coerência no grupo de camadas médias carioca como valor essencial na constituição de suas identidades sociais, observo nos meus informantes esta mesma tentativa de constituir suas

identidades, mesmo quando há contradições e conflitos para alcançar esta mesma coerência.

A noção de que os indivíduos podem conscientemente escolher projetos individuais e sociais relacionados a um conjunto de valores e crenças aos quais estão relacionados, pode ser também uma chave para entender a construção destas identidades. Velho (2004) defende que o projeto “*deve ser uma tentativa consciente de dar um sentido ou uma coerência a esta experiência fragmentadora*” (p. 31) em que os indivíduos são levados a desempenham um *cluster* de papéis em diferentes contextos, onde a construção das identidades passa pela interpenetração de diferentes “mundos” ou esferas da vida social. A formação de um projeto social, bem como sua eficácia simbólica e política, ocorre a partir do momento em que esta represente um grupo de interesse, dando “*sentido às emoções e sentimentos individuais*” (p. 33). O que podemos perceber na maneira como os ambientalistas que se autoidentificam como tal relacionam o sentimento de cuidado, a identificação com a “mãe natureza” e a postura diante do mundo com a construção de um mundo ideal, um ato que passa pela esfera privada, mas que é público e voltado para a mudança social.

O meio ambiente, por se tratar de um bem comum e necessário à manutenção da vida como a conhecemos hoje, tornou-se uma questão difusa, cujos “tentáculos” alcançam toda a sociedade. Isto torna difícil a identificação de um sujeito que não seja parte específica de uma única classe social ou setor da sociedade, mas que pode participar e estar diluído em todos os grupos, como Viola (1992) explica em sua teoria sobre o ambientalismo multissetorial, como vimos acima.

Loureiro (2003) esclarece sobre a composição deste movimento no qual “*temos ambientalismos diversos e conflitantes e não um ambientalismo monolítico e idealizado, dentro do qual todos que se pretendem ambientalistas devem se enquadrar para que possam se legitimar como tal*” (p. 18). O ambientalista, como espelho do próprio movimento que compõe, não se apresenta com características que poderiam ser representadas por um ser único e homogêneo, mesmo porque, o movimento ambientalista está em constante transformação, acompanhando as mudanças da sociedade a qual pertence. Carvalho (2008) identifica os ambientalistas como sendo sujeitos com múltiplas faces, que fazem parte de um mesmo grupo, mas que possuem características e visões heterogêneas sobre o “ser ecológico”, sua ação e o próprio movimento ambientalista. Estes sujeitos são percebidos como seres que possuem desde

características heroicas e de vanguarda, passando pela visão de um indivíduo alternativo, holista, em harmonia com o planeta, até um ser que supostamente adere “*a um conjunto de crenças básicas, uma espécie de cartilha – ou ortodoxia – epistemológica e política da crise ambiental e dos caminhos para enfrentá-la*” (p. 74). Para estes sujeitos, e não um único ser ambientalista, a militância é colocada como um bem que envolve desde a ação política até outras dimensões da vida individual e coletiva.

“(...) o engajamento em ações políticas não é a única dimensão da militância ecológica, mas esta se estende a todas as esferas da vida. Particularmente àquelas que dizem respeito aos comportamentos cotidianos e às decisões de consumo, e que, por isso, ganham visibilidade como campo de ação exemplar e espaços político-existenciais a um só tempo íntimos, pessoais e coletivos de transformação (CARVALHO, 2008, p. 93)”.

Segundo os interlocutores deste trabalho, o “ser ambientalista” está relacionado a uma postura heroica, de um sujeito que não esmorece diante das dificuldades, ainda que seja humano; é um ser que vive a questão ambiental em diferentes aspectos de sua vida, extrapolando as barreiras entre a vida privada e a profissional, tendo uma atuação política e social em defesa do meio ambiente através da militância constante; é alguém que “*abraça realmente a causa*” e cuida do planeta em que vive, lutando por um modelo de sociedade que não seja “eco-cida”; ser ambientalista, para estes informantes, é, em última instância, uma postura diante da vida, refletindo a forma como uma pessoa se relaciona com o ambiente ao seu redor, expressando a maneira como entende a importância disso para sua vida, para o mundo, para a coletividade. Ou, ainda, como definem dois dos ambientalistas que participaram da presente pesquisa:

“Imagino que um ambientalista seja, assim, uma pessoa que vive a questão de você proteger e priorizar a proteção ao meio ambiente de diferentes formas. (...) Pelo menos para o meu ideal de ambientalista, seria uma pessoa que não esmorece, que sabe da importância do que faz, sabe da importância para ele e para quem está a volta, para as gerações futuras e que, portanto, não é algo que cabe você ter um momento de fraqueza, entendeu? Embora a gente seja humano, é claro” – Alex

“Quando a gente fala da questão ambiental estamos falando essencialmente da sua relação com mundo. Qual é o pacto que você está estabelecendo com

o mundo? Pra mim, essa poderia ser uma descrição do que é ser ambientalista, é você se reconhecer no mundo e ter ciência do que pode e do que não pode, que deve e o que não deve. É uma ética ambientalista e comportamental mesmo. Tem de ser” – Marcelo

Por outro lado, justamente por não haver uma definição única e simples sobre quem é este ser denominado ambientalista, há uma confusão sobre quem é ambientalista. Durante o trabalho de campo, recebi algumas indicações de pessoas para participarem da pesquisa que eram vistas como ambientalistas, mas que não se autodenominavam ambientalistas ou não se identificavam com o movimento ambientalista, muito embora sejam vistas por outras pessoas como tais. Ao trabalhar com representações de papéis sociais, Goffman (1985) demonstra que existe uma representação coletiva previamente estabelecida de fachadas, isto é, um desempenho fixo e geral de uma dada representação que caracteriza um determinado papel, fazendo com que todos os indivíduos de um determinado grupo possam utilizar ou sejam obrigados a utilizar determinada fachada. Sendo assim, quando vemos pessoas vestidas com jaleco branco geralmente as identificamos como parte do grupo que trabalha na área de saúde, como médicos, dentistas, enfermeiros e fisioterapeutas. Da mesma forma, quando uma pessoa se preocupa com o meio ambiente ou toma atitudes relacionadas ao cuidado com o mesmo, como utilizar sacolas retornáveis, carregar sua própria caneca, abdicar do carro em prol do transporte público ou da bicicleta, economizar energia e água mesmo em ambientes nos quais ele não será impactado pela conta financeira e subir em uma árvore para que esta não seja derrubada, entre tantas outras atitudes, leva-a a ser identificada como ambientalista, mesmo quando não se considera. No imaginário coletivo, estas seriam características destinadas ao grupo denominado como ambientalista.

Mariana, por exemplo, não se considera engajada por não participar atualmente de nenhuma ONG, apesar de ter sido membro da Rede Ecológica, e por não levar suas práticas às últimas consequências. Comenta fazer “*tudo de uma forma um pouquinho superficial*”. Mas, por andar de bicicleta, utilizar sacolas retornáveis, ter uma preocupação com o meio ambiente, Mariana foi classificada como tal. Sendo, por esta razão, impedida de participar da pesquisa. Henrique, professor universitário e dono de um restaurante no centro do Rio de Janeiro, ao ser convidado para a pesquisa respondeu, através de correio eletrônico, explicando que não se considerava ambientalista, pois é, na verdade, agroecólogo:

“Eu até posso participar da sua pesquisa, com o intuito de colaborar para o trabalho de futuros e atuais colegas das ciências sociais. Quero, porém, esclarecer e, se possível, deixar registrado na dissertação que não me enquadro, embora possa ser enquadrado por quem me observa de fora, como ambientalista. Prefiro a designação de agroecólogo, pois faço trabalhos de pesquisa-ação nesta área do conhecimento. A Agroecologia, a meu ver, é acima de tudo social, pois depende historicamente das vivências camponesas para se afirmar como proposta tecnológica e produtiva” – Henrique

Mesmo entre as pessoas que se autoidentificaram como ambientalistas, ainda assim, há um conflito sobre esta identidade:

“Eu me considero uma pessoa ativista dentro de uma causa que outros consideram como sendo ambientalismo, não me chamaria de ambientalista, não me classifico como ambientalista. Mas, você me perguntando eu diria que sim, porque me vejo como uma ativista mesmo, que faz certos atos de forma constante e contínua pra mudar questões que tem a ver com a preservação do meio ambiente, como a exploração do meio ambiente e alteração dos ecossistemas, de como a gente interage e vive no meio ambiente. Isso meio que me faz uma ambientalista e me considerar como tal” – Rafaela

“Eu me considero ambientalista por conta das minhas atividades no dia a dia que tem a questão ambiental bem forte, mas de forma natural, e me dei conta que as pessoas começaram a me achar ambientalista. E com o tempo eu percebi que era ambientalista pelas minhas práticas cotidianas, participar de atividades de reflorestamento e montanhismo. Todas as atividades que eu fazia, eu via sob a ótica da questão ambientalista” – Virgínia

Entretanto, Virgínia tem muito claro que cuidar do meio ambiente, de uma forma mais abrangente, do planeta, não deveria ser responsabilidade de um pequeno grupo denominado de “ambientalista”, afinal, defende, como todos dividem o mesmo espaço, o mesmo planeta, todos deveriam cuidar dele, todos, em última instância, deveriam ser ambientalistas.

2.3. O processo de responsabilização do consumidor no discurso ambiental

“O mundo reclama atitudes. Quem pode mais tem de fazer mais” - Marcelo

A discussão sobre a relação entre padrão e nível de consumo e impacto ambiental, bem como a crítica ao chamado *American Way of Life*, faz parte dos debates do movimento ambientalista pelo menos desde a década de 1960. No entanto, elas mantiveram-se restritas a um pequeno grupo de ambientalistas, à margem do discurso dominante. A censura a este estilo de vida e sua relação com o impacto ambiental emerge somente a partir da década de 1990, com os preparativos e a realização da Rio 92. Segundo Portilho (2005), ao longo das últimas décadas do século XX, ocorre um deslocamento de discursos dentro do movimento ambientalista internacional e no âmbito das discussões mediadas pela ONU: até o início da década de 1970, o discurso predominante responsabilizava o crescimento populacional nos países em desenvolvimento pelos danos ambientais globais; após a Conferência de Estocolmo (1972), o discurso desloca-se para o impacto da produção dos países desenvolvidos, destinando à produção o encargo pela emissão de poluentes danosos; somente a partir do relatório “Nosso Futuro Comum”, produzido pela Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (CMMAD), e da realização da Rio 92, o modelo de consumo adotado pela sociedade contemporânea ganha centralidade dos debates em torno da degradação ambiental. Contudo, ainda de acordo com Portilho (2005), nenhum destes temas desaparece das discussões em torno da degradação ambiental, o que ocorre é uma perda de centralidade destes discursos que continuam a existir, porém estes deixam a arena principal abrindo espaço para a consolidação de um novo tema central: os impactos ambientais dos níveis e padrões de consumo.

A visão dos países desenvolvidos determinou o foco do discurso sobre degradação ambiental até a década de 1970, colocando o crescimento populacional dos países em desenvolvimento como o grande problema a ser enfrentado pela humanidade. Era uma perspectiva claramente *neomalthusiana*, na qual o crescimento populacional era percebido como uma ameaça ao equilíbrio do planeta. Antes mesmo da Conferência de Estocolmo, onde ocorre um embate entre países desenvolvidos e aqueles em desenvolvimento sobre as causas deflagradoras da crise ambiental, acontecia um debate entre a corrente dos *neomalthusianos* e a dos que acreditavam que o problema encontrava-se nas tecnologias de produção adotadas pelas indústrias nos países mais ricos, tidas como as grandes responsáveis pelos níveis de poluição. Nos debates realizados em Estocolmo, a pressão dos países em desenvolvimento levou ao reconhecimento da necessidade de equilibrar desenvolvimento econômico e meio

ambiente, garantindo a hegemonia de um novo discurso em que a verdadeira raiz da degradação ambiental estava no modelo de produção adotado pelas indústrias, principalmente dos países desenvolvidos, derrotando o discurso que considerava que a responsabilidade pela poluição era a crescente população dos países mais pobres (PORTILHO, 2005). As soluções propostas foram centradas em um novo modelo de produção com tecnologias menos poluentes, sem mencionar o impacto do consumo.

O relatório “Nosso Futuro Comum” traz para o centro das discussões sobre a poluição ambiental a necessidade de adequar o estilo de vida das populações dos países desenvolvidos a padrões ecologicamente sustentáveis, sem definir com clareza qual seria o “teto” de consumo possível para estas nações adequarem-se. Ao mesmo tempo, expõe a maneira como a miséria nos países pobres tem gerado graves impactos ambientais, sendo necessário um maior desenvolvimento econômico e uma melhor distribuição da riqueza nestas localidades (PORTILHO, 2005). A proposta da Comissão Brundtland, segundo Herculano (1992), girava em torno do crescimento econômico como solução para a pobreza e a incorporação de novas tecnologias como forma de internalizar os impactos dos processos produtivos, conseguindo assim compatibilizar crescimento econômico com conservação ambiental. Este parecer encaixava-se perfeitamente na definição de Desenvolvimento Sustentável, cunhada pela própria Comissão, “(...) *é um processo de transformação no qual a exploração dos recursos, a direção dos investimentos, a orientação do desenvolvimento tecnológico e a mudança institucional se harmonizam e reforçam o potencial presente e futuro, a fim de atender às necessidades e aspirações humanas*” (1991, p. 49).

Os preparativos diplomáticos para a Rio 92 organizaram o terreno para um maior entendimento dos problemas ambientais gerados a partir das práticas de consumo, especialmente dos países desenvolvidos, assim como das elites dos países em desenvolvimento. Se, de um lado, os últimos, articulados com ONGs internacionais, buscavam responsabilizar as práticas de consumo da população dos países ricos pela deterioração ambiental global, de outro, os primeiros tentavam manter as discussões em torno dos processos de produção. A dificuldade em trabalhar o padrão de consumo, estabelecendo limites possíveis dentro de um modelo de sociedade considerada o mais próximo do sustentável, encontra-se no fato do padrão de consumo exercido pelas populações dos países desenvolvidos ser almejado pela população dos países ainda em desenvolvimento e, por outro, o entendimento de que as práticas de consumo estão

relacionadas às práticas culturais e a valores inerentes às diferentes culturas. Entretanto, o que aparece nos documentos oriundos da Rio 92 e do Fórum das ONGs, como a Declaração do Rio* e a Agenda 21, demonstram o deslocamento do discurso da produção para o consumo, conforme argumenta Portilho (2005):

“Apontado pelo ambientalismo original desde a década de 60 e motivo de críticas há vários séculos, o lado perverso do consumismo ocidental moderno chega finalmente aos discursos hegemônicos, fazendo ressurgir o tema da escassez e dos limites ecológicos no final do século XX. Com isso, a degradação ambiental e as formas de poluição produzidas na esfera industrial perdem importância para as formas de poluição produzidas nas atividades cotidianas de consumo, pelas pessoas comuns. Com este deslocamento, houve também uma desvinculação entre os processos de produção e consumo, com a ênfase recaindo sobre o segundo” (p. 52).

Os estudos realizados pelo IPCC sobre o aquecimento global trouxeram, em seu Quarto Relatório (2007), a afirmação de que muito provavelmente o aquecimento global é causado pelas atividades antrópicas. O Relatório corrobora com o discurso hegemônico atual ao colocar claramente o papel do consumo na resolução das mudanças climáticas globais:

“As mudanças de estilo de vida podem reduzir as emissões de gases de efeito estufa. As mudanças nos estilos de vida e padrões de consumo que ressaltem a conservação dos recursos podem contribuir para o desenvolvimento de uma economia com baixo uso de carbono, que seja equitativa e sustentável” (IPCC, 2007, p. 20).

A ação individual, através das práticas de consumo, passa a ser percebida por ONGs, empresários, instituições governamentais e mídia como uma estratégia de mudança na sociedade, levando à criação de instituições e campanhas voltadas para a educação do consumidor. O Instituto Akatu pelo Consumo Consciente, por exemplo, nasceu dentro do Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, uma organização de empresários, que tem por missão “*mobilizar, sensibilizar e ajudar as empresas a gerir seus negócios de forma socialmente responsável, tornando-as parceiras na construção de uma sociedade justa e sustentável*”²¹. Entretanto, seus

²¹ Informação obtida através da seção “O Instituto Ethos” do endereço eletrônico do Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, acessado em 09/05/12, através do link: http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/pt/31/o_instituto_ethos/o_instituto_ethos.aspx.

dirigentes perceberam que somente conseguiriam aprofundar suas práticas de Responsabilidade Social quando os consumidores começassem a dar valor a estas iniciativas empresariais através das suas práticas de compra²², atribuindo um importante papel ao consumidor enquanto alavanca de mudança social.

O discurso hegemônico é reproduzido nas falas dos ambientalistas desta pesquisa ao defenderem que o consumidor possui um papel importante nesta transformação social, conforme afirmado por Gabriel: “(...) *acredito que cada pessoa tem um papel transformador dentro da sociedade*”. Ou, ainda, nas palavras encontradas em suas falas, os ambientalistas defendem que “*o consumidor é uma peça chave*”; “*consumidor é estratégico*”; e “*o consumo é a base da mudança*”. Entretanto, há um questionamento por parte de alguns deles sobre a confiança na capacidade do consumidor de realizar as mudanças sociais.

“Por outro lado, isso não tem a ver com eu achar que não se deve minimizar o impacto que cada um causa na cidade, na comunidade, no país e no planeta que você vive, mas acho que ideologicamente temos de tomar muito cuidado com um tipo de discurso que acha que cada um tem de fazer sua parte e que isso vai resolver todos os problemas, jogando a responsabilidade no indivíduo como se cada um pudesse ser responsável pela situação grave que nos encontramos no planeta, quando na verdade a responsabilidade disso não é individual. A responsabilidade tem a ver com o modelo de sociedade que a gente vive e com o modelo de desenvolvimento que a gente tem, e a gente transfere muitas vezes a responsabilidade que é do governo ou que é das grandes empresas capitalistas pro indivíduo e cidadão comum” – Gabriel

Ao mesmo tempo, defendem a crença de que a responsabilidade deve ser compartilhada entre governo, iniciativa privada e a sociedade, coletiva e individualmente, ressaltando que cada um deles tem um papel diferente, como explica Alex: “*Claro que quem tem mais infraestrutura, quem tem mais recurso, seja financeiro ou mesmo de infraestrutura, pode ter um papel mais importante*”. Assim como Alex, Marcelo faz igual distinção:

“Acho que todos somos parte do problema. E todos devemos ser parte da solução, eu não faço distinção nenhuma. Você pode ter ordem de grandeza como ter uma questão de governo, ok. Mas o governo sozinho não resolve. As grandes empresas... ok. Elas têm uma pegada forte, mas sozinhas elas não resolvem. Então, todos mesmo. Aliás, a visão ecológica predomina realmente

²² Informação obtida através da seção “Institucional” do endereço eletrônico do Instituto Akatu, acessado em 09/05/12, através do link: <http://www.akatu.org.br/Institucional/OAkatu>.

essa realidade, ou é todo mundo ou não é ninguém. Não tem meio termo. O universo é sistêmico, então todo mundo está dentro”.

De acordo com os informantes, ao governo caberia trabalhar com políticas públicas, voltadas aos incentivos fiscais, fiscalização das leis ambientais vigentes e campanhas educativas que promovam a disseminação de informações ambientais. Um exemplo da falta de informação é relatado por Gabriel que, através das suas atividades no Greenpeace, “batalhou” para rotulagem de alimentos preparados com ingredientes transgênicos destinados ao consumo humano e animal, “*mas, quase ninguém nem sabe o que significa o ‘T’²³, o risco que o transgênico pode ter*”. Hoje, a rotulagem é obrigatória através da Portaria 2.658/03, do Ministério da Justiça. No que concerne às políticas públicas, Carlos acredita que elas possam ser a chave da questão e que, através de incentivos financeiros, seria possível acelerar uma agenda ambiental positiva, não só através de ações do tipo comando e controle, mas através da tributação de pontos importantes na circulação de mercadorias. Rogério corrobora com o pensamento de Carlos ao falar sobre o papel do Estado no incentivo à produção de energia mais limpa que as utilizadas em larga escala no Brasil.

“Eu acho que tem que, na questão de políticas públicas, se criar incentivos, principalmente incentivos econômicos. Então, eu vejo assim, uma saída que não se discute quase nada é a tributação ecológica. E eu acredito bastante que isso possa fazer muita diferença. Nosso sistema tributário, não só o nosso, mas da maioria dos países, ele tributa o consumo ou tributa a produção e não quer saber se o que você está produzindo ou consumindo é melhor ou pior para o meio ambiente. Então, se a gente tributar os pontos corretos, ou seja, como eu falei antes a extração e o resíduo, vamos tributar o que são os recursos mais escassos. Se você colocar essa pressão econômica ali, eu acho que, de forma geral, tanto as empresas quanto os indivíduos vão se mover mais rápido. Quem já tem um bichinho ali dizendo que tem que mudar o comportamento, quando começar a pesar no bolso, a coisa caminha” – Carlos

“O governo estadual publicou a Carta Solar, escreveu um decreto pra isentar energia solar de vários impostos. O governo municipal pode obrigar a colocar aquecimento solar em construções novas, tem uma lei que está tramitando há sei lá quantos anos na Câmara. O governo federal precisa desviar um pouquinho dos recursos de energia atômica e pré-sal pra energia sustentável pra poder fazer uma grande diferença” – Rogério

²³ Refere-se à letra T maiúscula dentro de um triângulo amarelo, símbolo de que um produto contém ingredientes provenientes de organismos transgênicos. A imagem deste símbolo está disponível na página 131 do quinto capítulo desta dissertação.

Ainda, segundo estes ambientalistas, as empresas deveriam buscar processos mais limpos e sustentáveis, ambiental e socialmente, dentro do seu negócio principal, ao invés de criar fundações para se livrar dos problemas ambientais, “só [para] *ter alguma coisa bonitinha*” para mostrar à sociedade.

Por entenderem que há uma responsabilidade compartilhada entre governos, empresas e cidadãos, os informantes identificam a sua responsabilidade neste processo e, dentro das possibilidades, procuram exercer esta responsabilidade, assunto que será tratado no quarto e quinto capítulos deste trabalho.

2.3.1. Um cara de “responsa”: o ambientalista tomando para si a responsabilidade

“(...) eu também tenho a minha parcela de responsabilidade no dia-a-dia. Por isso procuro fazer essas escolhas” – Lucas

Para além do envolvimento em organizações do terceiro setor ou nas atividades profissionais, os valores ambientais que permeiam a vida dos ambientalistas entrevistados aparecem muito claramente em suas práticas de consumo cotidianas, como apagar a luz quando saem dos ambientes, fechar a torneira ao escovar os dentes, trocar o carro pela bicicleta, evitar a utilização de itens descartáveis e separar os resíduos para a coleta seletiva. A materialização destes valores em suas práticas é percebida como necessária, como uma responsabilidade, não somente um compromisso com a qualidade de vida do planeta, mas agir de forma coerente com o que eles acreditam ser “a coisa certa a ser feita”. Trata-se de uma postura assumida a partir do conhecimento adquirido no decorrer da sua militância ambiental, seja na esfera pessoal ou profissional, mesmo que muitas vezes esta postura implique em dificuldades ou impossibilidades. “*Então, a postura não é propriamente confortável, mas é necessária, entende? Não fazer me dói mais do que fazer, me incomoda muito mais... A maior dificuldade é você afrontar sua consciência*”²⁴, defende Marcelo. Através da incorporação de valores como solidariedade e responsabilidade, os indivíduos passam a

²⁴ No caso dos ambientalistas pesquisados, eles demonstram preocupação na escolha de bens e serviços a partir de uma gama de informações e critérios socioambientais. Entretanto, como trataremos nos capítulos quatro e cinco, existem limitações para concretizar as opções ditas mais sustentáveis.

utilizar as práticas de consumo, não somente como reprodução da vida social e afirmação de uma identidade, mas como uma forma de atuar politicamente (PORTILHO, 2010).

A seara do consumo transforma-se, através do deslocamento dos discursos, como explanado anteriormente, em uma esfera onde as responsabilidades pela degradação ambiental estão alocadas, um espaço privilegiado para a resolução da poluição social e ambiental por meio dos atos cotidianos. Desta forma, o consumo apresenta-se como uma forma de materializar valores e comprometimentos, ocorrendo um processo de politização e ambientalização das práticas de consumo. O consumidor é chamado a assumir o papel de protagonista, colocando a participação na esfera pública e política no campo do consumo, sem que com isso as formas tradicionais de fazer política desapareçam. Ocorre uma ressignificação do fazer política, na qual a esfera privada da vida cotidiana se transforma em um espaço dedicado às ações políticas. Através de suas escolhas, o consumidor sinaliza sua posição política sobre determinado tema, demonstrando que há uma intencionalidade no ato da compra (PORTILHO, 2010). Para Arthur, as pessoas poderiam provocar mudanças na sociedade através das suas escolhas:

“É você, a resolução é sua, você é responsável por tudo isso que está acontecendo. Não de uma forma agressiva, não de uma forma de você ser o culpado, não é que você é o culpado; você é a mudança. E existem muitas pessoas que ficam receosas de ‘o que eu posso fazer?’ – na verdade você pode fazer muita coisa”.

Por mais que Arthur e os outros ambientalistas desta pesquisa enfatizem o poder do consumidor, estes demonstram ter conhecimento de que o consumidor, individualmente, não seria capaz de realizar mudanças sociais. Apesar de o próprio movimento ambientalista demandar ações individuais através de campanhas de mobilização como o “Xixi no banho”²⁵, “Mais é Menos”, “Seu consumo transforma o mundo”²⁶ e “Hora do Planeta”²⁷, há também uma percepção de que “*uma andorinha só não faz verão*”, isto é, o consumidor sozinho não seria capaz de evitar ou reverter os

²⁵ Campanha promovida pela ONG SOS Mata Atlântica.

²⁶ Campanhas realizadas pela ONG Akatu – Pelo Consumo Consciente.

²⁷ Campanha da ONG WWF.

danos ambientais. Segundo eles, faz-se necessário que a população como um todo se articule e promova a transformação conjuntamente, coletivamente.

“(…) porque se tem uma empresa que não está agindo legal em relação ao meio ambiente, o consumidor vai ter um momento que ele tem de escolher se vai levar essa empresa ou a outra. Porque a empresa facilmente quebra se ninguém a escolher, não tem como, então é o consumidor que faz a diferença, quando eu digo consumidor eu me refiro a toda a população” – Virgínia

Por outro lado, a ideia de soberania do consumidor é questionada por Fontenelle (2010), acreditando que há um limite para estes sujeitos exercerem sua autonomia na hora de escolher os produtos que quer levar para casa. Uma das dificuldades encontradas, por exemplo, é quando o consumidor não possui conhecimento suficiente sobre os produtos disponíveis no mercado. As controvérsias científicas, em que os cientistas não concordam sobre um determinado ponto, trazem uma insegurança ainda maior na hora da escolha, ficando o consumidor sem a informação sobre os reais impactos de determinados produtos para a saúde humana ou para o meio ambiente, como acontece nas discussões em torno do aquecimento global e dos transgênicos (FONTENELLE, 2010). Ao mesmo tempo em que o consumidor é chamado a decidir, não lhe são dadas as condições necessárias para a tomada de decisão, seja porque os consumidores não entendem a composição dos produtos, ou não exista um sistema de métricas e certificação socioambiental, seja por desconhecimento das implicações existentes em todo o processo produtivo e da poluição gerada no pós-consumo, ou ainda o próprio mercado que restringe as opções de escolha disponibilizando somente um grupo limitado de produtos.

“Eu era um consumidor como outro qualquer, mas eu vi ‘A história das coisas’ e aquilo me marcou profundamente. Eu falei: ‘Nossa! Isso realmente é seríssimo’. De onde vêm os produtos? Qual é a história deles? Então passei a ler mais, mas mais uma vez fiquei diante da falta de informação. Se você pega um vidro de xampu pra criança que, aparentemente, deveria ser o mais inofensivo possível, você vê milhares de substâncias químicas que você não tem a menor ideia do que são. (...) e descobri que vários produtos que consumimos no dia-a-dia são cancerígenos. Por exemplo, sacarina, ciclamato, aspartame, todos os embutidos tipo salame, mortadela... Se eu já sei a substância, eu procuro no rótulo pra não comprar. Mas tem tantas outras que eu não sei e estão lá. A química hoje invadiu a nossa vida. A maior dificuldade é saber qual a composição, quais substâncias tem, o que são essas substâncias e os efeitos que elas causam” – Lucas

“Então você começa a ver que várias coisas não te dão opção de escolher, eu queria muito ter opção de escolha. Tipo o milho, agora quase todos são transgênicos, a soja é transgênica, o feijão foi liberado. Então, daqui a pouco a gente não vai ter escolha, vai ter de comer isso ou não come” – Camila

Mesmo assim, estes ambientalistas percebem que “podem fazer sua parte” e assumir sua responsabilidade neste processo. Apesar das dificuldades e da falta de informações, não há razão para eles não buscarem uma coerência entre seus valores, discursos e ações.

Capítulo 3 - Consumo (in) consciente, ciente, eu?

O consumo está na pauta do dia. O jornalista, o dono da padaria, o ministro da economia ou o Presidente da República, todos falam sobre os males causados pelo excesso de consumo praticado pela sociedade contemporânea. Ora o consumo é percebido como o um grande mal, ora é visto como o “salvador da pátria”, a ferramenta que fará com que o motor da economia continue a rodar e que nos levará para longe do precipício da recessão que assola a economia global. Independente da forma como é compreendido pelos diversos setores da sociedade, o consumo não é uma característica exclusiva do nosso tempo, mas está e esteve presente nas mais diversas sociedades e com objetivos que vão além da manutenção das necessidades biológicas do homem. Barbosa (2010), por exemplo, esclarece que o ato de “*consumir, seja para fins de satisfação de ‘necessidades básicas’ e/ou ‘supérfluas’ (...) é uma atividade presente em toda e qualquer sociedade humana*” (p. 07).

Contudo, apesar de ser um ato que perpassa nossas ações cotidianas, dentro dos estudos antropológicos, o consumo esteve por muito tempo à margem das pesquisas ou era tratado dentro da perspectiva da antropologia econômica, que tinha como elementos principais a produção e circulação dos bens. As formas como tais objetos eram apropriados por indivíduos ou grupos sociais foram relegadas a um segundo plano de análise, quando não eram simplesmente ignoradas. Neste contexto, as dimensões trabalhadas eram as das trocas tradicionais, como reciprocidades, prestações e contraprestações, praticadas por sociedades tradicionais e identificadas como uma prática ritual coletiva. No âmbito das sociedades industriais modernas, os estudos logo retrataram o consumo como algo ruim, exaltando os aspectos considerados negativos desta prática, tal como exposto por Miller (2004):

“De certo modo, o consumo, através da história, tem sido visto como algo intrinsecamente mau. Enquanto a produção cria o mundo, o consumo é o ato através do qual nós o exaurimos. Visões contemporâneas perpetuam o juízo histórico do consumo como uma doença devastadora (PORTER, 1993), cujos diagnósticos e prognósticos já foram decretados; o único debate legítimo é o que versa sobre a sua cura (...)” (p. 2).

Outra forma comum de retratar o consumo é vê-lo como “*sintomas do processo de perda dos valores tradicionais (destraditionalização)*” (GOMES; BARBOSA, 2004), contrapondo o nosso “materialismo” à “pureza” das relações estabelecidas dentro das sociedades tradicionais. Seguindo este raciocínio, Gomes e Barbosa (2004) defendem que o “*que estava e está por trás disso era e é uma concepção ingênua de que o universo material, principalmente, sobre a forma de mercadoria, conspurca as relações sociais*” (p. 12). Neste aspecto, o consumo é tomado como algo desqualificado, associado a gastos inúteis e a uma atividade considerada alienante, além de ser atrelado a uma visão moralista. Tal discurso pode ser confirmado através da fala dos ambientalistas que participaram desta pesquisa ao realçarem as implicações negativas da cultura de consumo sobre o meio ambiente, fato que aprofundaremos na próxima seção.

A leitura dos trabalhos realizados por Mauss e Malinowski, assim como os de Boas, sob o ponto de vista dos modernos estudos de consumo, mostra que “*as sociedades primitivas e tradicionais foram e são capazes de desenvolver formas mais ou menos intensas de materialismo*” (GOMES; BARBOSA, 2004, p. 12). Demonstrando que o materialismo relacionado ao apego aos bens, sinônimos de status e atribuição de importância não é exclusividade da sociedade moderna, nem um sintoma de degenerescência e perda de referenciais, ou mesmo, uma ruptura de laços sociais. Ao contrário, nestas sociedades tradicionais as relações de consumo estabelecidas criavam e reforçavam os laços sociais entre indivíduos e grupos. Sendo assim, o consumo pode ser considerado um fato que ocorre nas mais diversas sociedades com diferentes graus de intensidade e objetivos. Cabe ressaltar, entretanto, que existem diferenças substanciais na forma como os processos de consumo e apropriação de bens ocorrem entre estas formações sociais, cuja análise não será objetivo deste trabalho.

Mas, tanto em um como em outro tipo de sociedade, os objetos de consumo, ou uma parte deles, possuem um significado que vão além da sua utilidade e necessidade. Isto é, eles possuem uma dimensão simbólica e, através deles, é possível comunicar a identidade de indivíduos ou grupos, afirmar hierarquias sociais, mediar e estabelecer relacionamentos. Gomes e Barbosa (2004) discutem a importância destes bens e da relação que construímos com eles no nosso cotidiano.

“(...) É através de nossa experiência com eles [objetos] que construímos parte de nossas identidades culturais coletivas, enquanto povo, sociedade, nação, classe/grupo social e parte de nossas subjetividades individuais idiossincráticas. Portanto, a materialidade é um elemento fundamental das nossas vidas – coletivas e individuais –, uma avenida para o nosso autoconhecimento, criatividade e auto-expressão (...)” (p. 13).

Para Douglas e Isherwood (2009), “*os bens não são neutros, seus usos são sociais; podem ser usados como cercas ou como pontes*” (p. 37). Os bens têm como função essencial dar sentido, criar significados. Os objetos servem para marcar fronteiras, auxiliar no entendimento do mundo, materializar valores. Ao consumir bens, os indivíduos estão compartilhando um universo de valores, mesmo que este ato seja realizado por um consumidor solitário. Estes autores, ao analisar a temática do consumo, nos questionam “*por que as pessoas querem bens?*” e nos desafiam a perceber as mercadorias a partir de outro ponto de vista.

“Quando se diz que a função essencial da linguagem é sua capacidade para a poesia, devemos supor que a função essencial do consumo é sua capacidade de dar sentido. Esqueçamos a ideia da irracionalidade do consumidor. Esqueçamos que as mercadorias são boas para comer, vestir e abrigar; esqueçamos sua utilidade e tentemos em seu lugar a ideia de que as mercadorias servem para pensar: tratemô-las como um meio não verbal para a faculdade humana de criar” (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2009, p. 108).

Os bens, defendem os autores, servem como bandeiras e funcionam como comunicadores de significados criados pela sociedade e seus indivíduos. Tratá-los somente do ponto de vista da sua utilidade e/ou necessidade não dá conta das complexas escolhas realizadas pelos consumidores, nem tão pouco os usos e formas de apropriação. Afinal, o que leva um consumidor a adquirir um determinado produto em detrimento de outro com a mesma utilidade? O que esse produto representa para este consumidor? O que ele expressa? Ou, o que o produto diz sobre seu comprador aos seus pares?

Os objetos são culturalmente construídos e regulados e a forma como são percebidos pode ser alterada e redefinida, dentro de uma “*teia de significados*” (GEERTZ, 2008, p. 04) através da qual os homens instituem uma maneira específica de viver e se reproduzir. Ou, como Sahlins (2003) assinala, “(…) *os homens não ‘sobrevivem’ simplesmente. Eles se reproduzem como certos tipos de homens e*

mulheres, classes sociais e grupos, não como organismos biológicos ou agregados de organismos ('populações')” (p. 168). É dentro de um contexto construído conjuntamente por diversos indivíduos que as escolhas são realizadas, escolhas estas que podem fazer sentido única e exclusivamente em um dado contexto e, em outro, parecer totalmente irracional e sem sentido. Bens considerados supérfluos à época da Revolução Industrial, por exemplo, hoje são considerados necessários por boa parte da população, como brinquedos, botões, cadarços e espelhos. Uma lista que poderia ser considerada mutante, uma vez que é atualizada com uma rapidez que em uma única geração é possível notar itens que antes eram fundamentais sendo substituídos por outros, como, por exemplo, em um horizonte de menos de 30 anos as fraldas de pano e seus respectivos alfinetes com cabeças de bichinhos foram substituídas pelas fraldas descartáveis; o celular, item considerado escasso e de luxo no final da década de 1980 e início da década seguinte, não só se popularizou como se tornou item quase obrigatório em um mundo onde as pessoas têm que estar conectadas e disponíveis em qualquer lugar e a qualquer hora. No contexto atual, definitivamente, ele é um objeto considerado necessário e, em muitos casos, desejado. E não há como prever o que hoje é considerado necessário e que desaparecerá e o que é supérfluo e será um bem essencial à manutenção da vida em sociedade em um futuro bem próximo.

Apesar do consumo não ser uma característica exclusiva do nosso tempo, o modelo de consumo adotado por nossa sociedade é relativamente “novo”, datando das mudanças culturais e tecnológicas dos últimos três séculos. Campbell (2001) procura compreender a origem desta cultura de consumo desenvolvida nas sociedades modernas industriais através das mudanças culturais que precederam a Revolução Industrial do século XVIII. Segundo o autor, esta transformação não poderia ser explicada somente através da evolução da técnica e dos mecanismos de distribuição dos bens, assim como, a disponibilidade dos produtos por si só não poderia ser considerada a grande alavanca do modelo de consumo adotado. Para entender o comportamento do consumidor e o desenvolvimento da insaciabilidade por novos produtos, Campbell (2001) relacionou o consumismo moderno à ascensão do ideal romântico no século XVIII e as mudanças culturais, questionando justamente a visão da teoria econômica que procura explicar as práticas de consumo através do utilitarismo. Do mesmo modo, Campbell (2001) elucida que o sucesso da Revolução Industrial não poderia ser simplesmente consequência do aumento de demanda por novos produtos, da ampliação do poder aquisitivo, do

crescimento populacional ou do efeito *vebleniano*. Segundo o autor, a Revolução Industrial foi precedida por uma Revolução do Consumidor que envolveu toda uma modificação nos valores culturais, inicialmente, da nova classe média inglesa, que passou a consumir bens de luxo, como roupas e brinquedos, e aumentou o tempo dedicado às atividades de lazer, como a dança, os esportes e a leitura dos romances. Ao mesmo tempo em que há um processo de valorização do amor romântico como motivo para o casamento. O prazer passa a ser valorado neste processo.

A partir deste momento, há uma valorização do prazer que a experiência pode fornecer e o início do prazer imaginativo, onde os estímulos deixam de fazer parte dos objetos ou das experiências concretas e reais, e podem ser sentidas através da imaginação e dos sonhos. Até então, o prazer era percebido como uma das características que uma dada ação poderia fornecer. Ainda, segundo Campbell (2001), é justamente esta a chave para o entendimento do hedonismo moderno, o controle que o próprio indivíduo pode exercer sobre suas emoções, “*a [sua] aptidão para decidir a natureza e força de seus próprios sentimentos*” (p. 104). São as sensações e emoções, reais ou imaginárias, que um bem pode proporcionar ou concretizar que está por trás das escolhas dos consumidores. Miller (2002), por exemplo, demonstra que as escolhas realizadas por seus informantes dentro do supermercado podem ser considerados atos de amor, responsabilidade e devoção ao filho, ao marido, a um ente querido ou baseada na idealização de uma relação. É no cuidado e na manutenção das relações, que são caras aos compradores, para quem as escolhas foram fundamentadas. No caso dos ambientalistas desta pesquisa, o amor, a responsabilidade, a devoção e o prazer estão em cuidar do meio ambiente através das suas práticas cotidianas. Eles acreditam que, apesar da dificuldade envolvida na busca por um consumo menos impactante, há um prazer nesta busca, o prazer de saber e acreditar que estão fazendo algo que seja relevante não apenas para eles, enquanto indivíduos, mas para a sociedade. É o que explica Luciana:

“Porque, assim, é difícil no sentido de que a maioria dos serviços e produtos que nos são oferecidos não é nos moldes ambientalmente corretos. É difícil porque temos de ficar o tempo todo pesquisando, analisando e buscando alternativas. Mas, ao mesmo tempo, é fácil porque é algo prazeroso pra mim. Como é algo que eu gosto e sinto a importância de fazer é fácil. Porque não é uma obrigação, porque quando a gente faz com prazer as coisas ficam mais fáceis e agradáveis”.

Andar de bicicleta pelas ruas da capital fluminense também não é uma tarefa fácil. Há que se ter muita atenção e, em alguns casos, sofrer com a falta de educação dos motoristas que não estão acostumando com a presença da bicicleta em vias públicas. Ainda assim, esta atividade é considerada um prazer por estes ambientalistas por causa da contribuição que eles sentem que estão fazendo ao não emitir poluentes através do uso deste modal. Alex relaciona o deslocamento de bicicleta nas vias cariocas com o termo “*divertido*”, além do fato deste modal ser considerado por ele como “*limpo, silencioso, ocupa pouco espaço, faço exercício, participo da minha cidade, conheço a cidade em que vivo*”. Em uma das nossas conversas ele também comentou que, através da bicicleta, pode fazer muitos amigos que, assim como ele, não utilizam a bicicleta somente como modal de transporte, mas também como atividade de lazer e exercício físico.

O que podemos apreender é que por trás das escolhas dos consumidores há um conjunto de valores que os norteiam na busca por bens, materiais ou não, que possam dar forma e concretude às suas crenças individuais e coletivas. É o que percebemos nas escolhas e na maneira como os próprios ambientalistas entendem suas práticas.

3.1. O ambiente na seara do consumo

“A forma como a sociedade se organiza vinculada a um desenvolvimento a qualquer custo, que só gera lucros pra poucas pessoas e que tem como uma de suas facetas mais modernas o consumismo, que é uma das coisas mais graves em relação ao meio ambiente” – Gabriel

Conversar sobre consumo com os ambientalistas pode nos dar a sensação inicial de estarmos entrando em um labirinto onde há muitas possibilidades de saídas, muitas respostas para uma mesma questão, algumas complementares outras em total contradição umas com as outras. Cada um deles assume uma postura não só com relação ao que pensam sobre o tema como também ao que praticam em seu dia a dia. Parece não haver certo ou errado, nem regras claramente estabelecidas sobre como cada ambientalista deve proceder sobre o tema. De acordo com o conhecimento construído ao longo do tempo, eles vão decidindo o que é bom ou ruim em termos sociais e

ambientais. Há, contudo, posturas compartilhadas por todos, como o reconhecimento de que o modelo de consumo atual tem implicações negativas diretas sobre o meio ambiente. Em contrapartida, alguns ambientalistas acreditam na possível sustentabilidade das práticas de consumo, enquanto para outros a insustentabilidade é intrínseca a este ato, transformando-se em um ideal que jamais será alcançado. Entretanto, todos reconhecem que o consumo é um ato essencial para a manutenção da vida.

Dentre as concordâncias deste grupo, duas questões parecem centrais em seus discursos. A primeira delas é que existe uma relação direta entre consumo e degradação ambiental, não havendo, para eles, uma dissociação entre extração, produção, distribuição, consumo e descarte. O consumo não está fora desta cadeia de acontecimentos, o produto não aparece miraculosamente nas gôndolas do supermercado e desaparece simplesmente porque foi acondicionado em um saco de lixo. E se cada uma destas etapas não for bem trabalhada, segundo eles, os impactos no meio ambiente poderão ser incalculáveis. Como explica Alex:

“Aquela famosa frase que ‘o ser humano hoje consome três, quatro, cinco planetas’ sei lá e aqueles programas de calculo de pegadas que você sempre vê que, mesmo ambientalista, você sempre consome dois planetas. Então, todo o consumo que a gente faz, especialmente de produtos e bens, tem um impacto ambiental desde a fabricação até o transporte, a comercialização e o descarte depois. É como se muitas pessoas separassem: ‘o consumo está desvincilhado do que vem antes e do que vem depois do produto no seu mercado, na sua mão, na sua casa’. Mas não é. O consumo, ele tem uma influencia muito grande, com impactos sociais, ambientais e econômicos, todos eles interligado. E que acabam fazendo do meio ambiente um fator muito fortemente ligado ao consumo. Eu acho que a gente tem que, de alguma forma, ver isso de maneira mais clara” – Alex

Por outro lado, não basta que os modelos tanto de produção quanto de descarte sejam mais sustentáveis. Estes ambientalistas recriminam o volume de produtos que são adquiridos e considerados por eles como desnecessários, por mais que não tenham uma diferenciação do que seja necessário e supérfluo. Muito pelo contrário, acreditam que o conceito de necessário e desnecessário varia de acordo com a visão de mundo de cada indivíduo. O importante seria se questionar sobre a real necessidade dos bens que cada indivíduo consome. Mesmo que estes bens sejam considerados mais eficientes em termos ambientais, uma vez que, na produção de cada um deles foi necessário consumir mais recursos naturais. Para Marcelo, os consumidores são atores

estratégicos na transformação do padrão de consumo atual para um modelo que internalize os custos sociais e ambientais de cada produto. Tais custos são considerados uma externalidade do processo, pois trazem degradação tanto humana quanto ambiental. Entretanto, para isto, o consumidor teria que abandonar o “*lado do entretenimento do consumo*”, da compra pela compra, como defende Marcelo.

“Os relatórios que a gente tem acessado indicam que os atuais hábitos de consumo, especialmente dos países que são mais desenvolvidos são insustentáveis e apontados como objeto de desejo da população dos países que não são desenvolvidos, porque todo mundo quer consumir mais. Todo mundo quer ter o prazer de não pensar no limite, comprar o que der na telha e não necessariamente levar pra casa algo útil. O lado do entretenimento do consumo. Entretenimento obviamente irresponsável. E isso é grave porque não há mais lugar no mundo onde você esteja desonerado da avalanche de apelos que arremetem ao consumo do não necessário. O necessário e o supérfluo são conceitos que enquanto a gente não resgatar isso e pensar: ‘eu preciso comprar isso, eu compro, se eu não preciso, eu não vou comprar’. Se você não internaliza os custos ambientais do consumo pelo consumo, se você não considera aquilo que hoje a economia formal classifica como uma externalidade, algo que é inerente à condição que a gente percebe no discurso de um mundo sustentável... Só é possível um mundo sustentável onde haja consumo consciente. Então, não adianta pensar em meio de produção mais eficiente, em eco-eficiência, porque apesar de ser eficiente não basta. E esse assunto está relacionado ao prazer, e esse é o problema. A grande dificuldade de pensar em consumo consciente é a ameaça que esse discurso represente pra quem associa consumo a prazer. E a ideia do consumo estar associada a prazer é que predomina na avalanche da publicidade em todas as mídias, no discurso ufanista dos governos que dizem que ‘chegou a hora de consumir’ ou ‘respondamos à crise consumindo’. O consumo não é apenas isento de qualquer crítica pelo risco de gerar excesso de desperdício, como ele é apontado como a solução. Vamos combinar que a gente questionar consumo é algo que ainda pode soar subversivo em boa parte do planeta e do nosso país” – Marcelo

Estes ambientalistas não poupam críticas ao modelo de sociedade e à “voracidade” com que as pessoas consomem, reproduzindo, em muitos casos, o discurso de “demonização” do consumo, da irracionalidade e “vitimização” do consumidor, tão comuns no senso comum.

Há uma predominância, nas discussões sobre consumo, o conflito entre o que é necessário e desnecessário e uma visão de que a sociedade impõe aos indivíduos o consumo de coisas que não são necessárias à sobrevivência humana. Os exemplos destes debates são normalmente tomados das campanhas publicitárias, consideradas instrumentos capazes de induzir as escolhas dos consumidores (como observado acima no depoimento do Marcelo) e da inovação tecnológica acompanhada da obsolescência

programada. Camila, por exemplo, discorre sobre a criação de novas necessidades. Já Lucas afirma justamente a existência de um sistema que nos induz ao consumo, onde tudo se transforma em desculpa para a aquisição de novos bens.

“Porque se a gente consumisse somente o que fosse necessário pra sobreviver, a gente, provavelmente, estaria com o planeta muito melhor e com relações sociais muito melhores também. Eu acho que a gente está em um nível tão grande de consumo que estamos destruindo tudo. A gente não precisa, mas estamos comprando e consumindo, e com isso degradando o planeta. Cada vez mais, a moda, a tecnologia e a mídia ficam te mostrando que você precisa comprar essa coisa, então cada vez mais surgem novas necessidades que antes não tinha como *iPhone*, *iPad* e ‘*i*’ sei lá o que. Isto é uma coisa que eu também evito, eu quero um celular que fale, eu não quero o mais moderno do mundo, e só vou trocar ele quando não tiver mais conserto, a mesma coisa com meu computador” – Camila

“A relação é que hoje a gente vive em um sistema que te induz ao consumo. A gente consome mais do que a gente precisa pra viver. Tem um filósofo israelense que agora esqueci o nome, que diz que as pessoas trabalham mais do que querem pra ganhar mais do que precisam, pra comprar coisas que não necessitam, pra impressionar pessoas que não conhece. A gente se veste, usa as coisas para o outro. Ou seja, a forma como a gente se constrói e a forma como a gente se expressa e se identifica para o outro está nas coisas que a gente usa. E esse sistema leva a gente a consumir mais do que a gente precisa. Até o próprio sistema de trabalho, que leva você a ficar insatisfeito com a sua vida, e a forma que você tem de recompensar que é comprando coisas. Quando você tem um dissabor, você compra coisas, quando você tem uma alegria, você compra coisas pra comemorar. Isso cria uma demanda que não é real, que não é necessária pra existência das pessoas. Está acima da necessidade. (...)” – Lucas

Entretanto, como vimos acima, as necessidades são construídas socialmente dentro de um contexto em que os bens tornam-se importantes na construção e manutenção das relações sociais, ocorrendo nas mais diversas sociedades. Alguns dos braceletes que circulam pelo *Kula*, estudado por Malinowisk (1978), por exemplo, são tão pequenos que não é possível serem utilizados nem mesmo pelas crianças. Parte dos colares, por outro lado, são demasiado pesados e desconfortáveis para serem usados. A relevância destes encontra-se no valor simbólico que possuem pelo que representam dentro do *Kula*. Possuir um objeto famoso e cobiçado pelos participantes do *Kula* traz status e respeito para quem o detém e para a tribo à qual pertencem, mesmo que esta posse não seja permanente. Como considerar estes colares e braceletes itens supérfluos ou sem utilidade, se são úteis à construção das relações existentes entre os indivíduos e

as tribos que participam deste grande circuito? A importância dos bens está justamente no que eles comunicam, naquilo que socialmente é estabelecido como significativo.

A crítica ao consumo considerado excessivo ou por prazer apresentada no discurso dos ambientalistas da pesquisa também pode ser encontrada no discurso dos informantes que participaram da pesquisa de Miller (2002). Entretanto, o autor constata que há um descolamento entre o discurso da compra e a compra em si, sendo que o ato de consumo que poderia ser caracterizado como hedonista revelou-se como uma exceção à prática da maioria dos seus informantes. Já no caso destes ambientalistas, a crítica aponta para a sociedade de forma geral, sendo o problema “as compras que não levam em consideração as consequências negativas para si, para o outro, para o planeta”. Neste caso, eles mesmos consideram-se a exceção por terem consciência, por tentarem buscar um consumo menos impactante, mesmo que não obtenham o sucesso que gostariam ou que assumam que eles não vão tão a fundo quanto poderiam. Marcelo, por exemplo, justifica o fato de não se considerar um consumidor sustentável por não transformar a procura por produtos com certificação socioambiental um “norte” em suas escolhas, argumentando que “*não é uma coisa que seja obstinadamente importante a ponto de eu não comprar, e ficar procurando a semana inteira até encontrar*”. Além do mais, segundo ele, produtos certificados no mercado não são a regra e sim a exceção. Rogério, por sua vez, relata que sabe muito mais do que pratica, mas que na correria do dia a dia e por uma questão do gosto dele e da família, ele não coloca em prática todos os conhecimentos que já adquiriu sobre assunto.

O que pode parecer um descuido, não somente destes dois como de outros ambientalistas da pesquisa, é na verdade uma tentativa de abolir o radicalismo, o ambientalismo *xiita* de suas práticas e discursos. Não foram raras às vezes em que as expressões “mas sem radicalismo” ou “nada de radicalismo” apareceram em nossas conversas. Ao mesmo tempo, eles procuram adotar um caminho do meio, pesando suas escolhas entre as possibilidades de serviços e bens menos impactantes ofertados pelo mercado, a acessibilidade física e financeira e aquilo que, segundo seu julgamento individual, consideram o aspecto mais importante de suas ações. No caso de Carlos, por exemplo, a questão foi negociar com a parceira o local da moradia, pois ele percebe a possibilidade de substituir a aquisição e a posse dos objetos, pelo acesso a serviços que respondam por suas necessidades básicas, de conforto e entretenimento, como uma

forma de diminuir sua pegada. E, defende ele, morar em uma área central o desonera da necessidade de entulhar a casa de objetos.

“Voltando ao exemplo de não ter carro, mas ter acesso à mobilidade. Pode ser uma questão de não ter uma casa super equipada com tudo que eu preciso, mas, como eu vivo em uma área central, eu tenho acesso a serviços que me suprem as coisas que eu não tenho em casa. Essa é um pouco a pegada que eu coloco” – Carlos

Luciana, por sua vez, procura através do espaço que possui em casa regular a quantidade de coisas que consome e precisa:

“A gente também procura simplificar tudo, sabe? Assim, não ter muitos móveis que caibam muitas coisas, que você acaba comprando muito mais. Então, é um guarda-roupa de três portas para os dois. Isso te inibe a ficar comprando roupa. Você tem espaço você vai comprando a vontade e vai guardando”.

Arthur, quando convidado a participar da pesquisa, comentou que suas práticas de consumo não eram muito conscientes, pensando o consumo como aquisição de bens. Seu campo de atuação mais forte está relacionado ao ciclo-ativismo, além da atuação profissional. Ele realiza seus deslocamentos prioritariamente de bicicleta, além de auxiliar e encorajar que outras pessoas adotem a “magrela” como meio de transporte. Rogério tem em sua casa uma área para compostagem dos resíduos orgânicos, energia solar e coleta de água da chuva. Luciana e Juliana também realizam a compostagem e a separação do material reciclável. Marcelo, além da composteira e da separação do material reciclável, tem um grande balde que retém parte da água com sabão em pó proveniente da máquina de lavar roupa e que é utilizada em múltiplos serviços de limpeza do seu apartamento. Cada um, a sua maneira e de acordo com o que acredita ser mais importante, adota ações que considera relevantes para diminuir seu impacto ambiental. Este é justamente o segundo ponto de concordância: a seara do consumo apresenta-se como uma das possibilidades de luta contra a degradação ambiental através das escolhas individuais, através das possibilidades de ação que cada um pode realizar no seu dia a dia para diminuir sua “pegada” e materializar valores individuais com implicações coletivas.

Estas iniciativas de transformar as escolhas realizadas no campo da vida privada em ação política vêm sendo investigadas por alguns pesquisadores, como Hirschman (1983), Beck (1997), Canclini (1999), Portilho e Castañeda (2009) e Portilho (2005; 2010). O que estes autores concluíram é que parece haver uma politização da esfera privada, sem que haja, necessariamente, uma despolitização da esfera pública. A vida privada abre-se como mais um campo de atuação para causas coletivas, entendendo a prática de consumo como uma ferramenta de luta política e, no caso dos ambientalistas da pesquisa, como mais um local onde podem contribuir para construir, através das suas escolhas, um meio ambiente saudável.

Contudo, a atuação na esfera pública e da cidadania é, normalmente, relacionada apenas às formas tradicionais de participação, como o voto e a filiação a partidos políticos. Nesta visão, a responsabilidade pelo público acaba sendo relegada ao aparelho estatal. Cria-se um abismo entre a esfera pública e a privada, a cidadania e o consumo, a ação política e as práticas cotidianas. Fato este que é reelaborado através da percepção, por parte dos consumidores e grupos sociais, sobre a possibilidade de atuar politicamente através das atividades diárias. Ocorre, assim, uma irrupção do político na esfera privada e uma reestruturação da esfera pública, onde a atuação política transcende as formas tradicionais para ocupar espaço no dia-a-dia da vida íntima.

Para Canclini (1999), ao consumirmos, nós tornamos mais *“inteligível um mundo onde o sólido se evapora”* (p. 83), construímos e pensamos a sociedade em que vivemos, reelaboramos a concepção de participação social e a maneira como nos relacionamos com os outros. Segundo ele, *“as mercadorias e o consumo servem também para ordenar politicamente cada sociedade”* (p. 83). Porém, como pontua Canclini (1999), para compreendermos este deslocamento da política para o consumo faz-se necessária outra concepção de mercado, onde este deixa de ser um espaço exclusivo para a troca de mercadorias, de relações monetárias, e passa a incorporar *“interações socioculturais mais complexas”* (p. 90). O consumo passa a ser visto como uma ação coletiva que envolve a solidariedade, a defesa de um modelo de vida e ferramenta de comunicação, na qual os bens *“servem para receber e enviar mensagens”* (p. 90).

Movimentos, individuais ou coletivos, de boicote e *buycott*²⁸ a produtos, empresas e mesmo a governos são algumas das táticas encontradas pelos consumidores para sinalizarem o que eles aceitam ou recusam socialmente. Mais que isso, o consumo passa a ser entendido como uma forma de intervir na sociedade. Expressões como “‘votar com a carteira’ (Dobson, 1991), ‘votar com o garfo’ (Nestle, 2002 apud Azevedo, 2009) ou as ações da ‘agenda da mesa da cozinha’ (Halkier, 1999)” (PORTILHO; CASTAÑEDA, 2009, p. 06) são consideradas estratégias para concretizar ações políticas na esfera privada.

Este deslocamento parcial é acompanhado e promovido pelas novas tecnologias de comunicação. Tudo acontece aqui e agora. A informação é abundante e diversificada, está disponível nos *outdoors*, envelopando ônibus, nas televisões alocadas em elevadores, dentro do nosso bolso na tela do celular. Sabemos o que está acontecendo do outro lado do mundo praticamente em tempo real. Paralelamente, ela abriu espaço para que as pessoas pudessem se expressar, a princípio, nas seções de carta do leitor e depoimentos nas emissoras de rádio e, hoje, através da rede mundial de computadores, com as ferramentas das redes sociais, como *Twitter*, *Orkut*, *Facebook* e *blogs* pessoais. As reivindicações sociais deixaram de ter como único canal a burocracia estatal e ganharam outra arena de ação. Ao mesmo tempo, as campanhas políticas e o próprio Estado também incorporam e encontram nos meios de comunicação uma nova forma de interpelar os cidadãos.

“Num tempo em que as campanhas eleitorais se mudam dos comícios para a televisão, das polêmicas doutrinárias para o confronto de imagens e da persuasão ideológica para as pesquisas de *marketing*, é coerente nos sentirmos convocados como consumidores ainda quando se nos interpela como cidadãos” (CANCLINI, 1999, p. 37).

O que é confirmado por Portilho (2005):

“As mudanças tecnológicas e comunicacionais fizeram irromper as massas populares, alterando profundamente a maneira de consumir e as possibilidades e as formas de exercer a cidadania. Num mundo globalizado,

28 De acordo com Portilho e Castañeda (2009, p. 4, Nota 5), “o neologismo *buycott* tem sido utilizado na língua inglesa como contraponto à noção de *boycott*. Enquanto este último refere-se à negação da compra, uma ação de *buycott* refere-se à opção consciente de compra de produtos e serviços percebidos como social e ambientalmente responsáveis”.

onde a própria atividade política foi submetida às regras do mercado, o exercício da cidadania, núcleo das relações sociais, não pode ser desvinculado do consumo, atividade onde atualmente sentimos que pertencemos e que fazemos parte de redes sociais” (p. 194).

Por outro lado, a quantidade de informações²⁹ sobre produtos e serviços traz para a pauta do consumo temas relacionados aos impactos sociais e ambientais dos bens, questões como trabalho escravo, bem estar animal e rastreamento da carne, desmatamento e manejo de floresta, organismos geneticamente modificados, procedência dos produtos e a garantia de confiabilidade dos mesmos através de certificações e informações sobre os produtores. Neste sentido, o campo do consumo abre-se como uma alternativa para entendermos a transformação do conceito de cidadania na sociedade contemporânea e de que maneira a ação política articula-se com o discurso e as práticas dos consumidores.

Portilho (2005), ao analisar as consequências da transferência de responsabilidades para os consumidores, através da ambientalização e politização do consumo, sinaliza com a possibilidade de fortalecimento do um consumidor que se percebe como cidadão.

“(...) este processo de colocar parte das responsabilidades nas mãos dos consumidores pode significar o aumento da autoridade do consumidor, a partir do momento em que estes podem reapropriar conhecimentos e competências nas práticas da vida diária. Pode, ainda, contribuir para ampliar o sentimento de pertencimento na sociedade, uma vez que os consumidores podem perceber o significado de suas próprias ações em relação aos efeitos no meio ambiente e em outros grupos sociais. Isto poderia contribuir para produzir sentimentos de cidadania mais fortes, fortalecendo a ‘ética da responsabilidade’, em que os indivíduos sentem-se diretamente responsáveis pela melhoria do meio ambiente e das condições sociais” (PORTILHO, 2005, p. 223).

Ao tentar compreender de que maneira ocorre este deslocamento da atuação da esfera pública para a privada e, ao mesmo tempo, a emersão do público na vida cotidiana, Hirschman (1983) procura estabelecer um ciclo de dedicação a estas duas esferas, onde as decepções encontradas em uma leva ao retorno da dedicação à outra. Sem descartar a influência dos fatores externos, como guerras e recessões econômicas, o autor opta por trabalhar com os fatores endógenos, como aqueles que, na esfera da ação

²⁹ Ainda que os ambientalistas da pesquisa apontem a falta de informação, principalmente de forma sistematizada, como um fator limitador do seu poder de escolha.

individual e coletiva, levam os indivíduos a mudar o curso da sua ação e dedicar-se a uma das esferas. A premissa de Hirschman (1983) é de que a participação tanto nas atividades privadas quanto nas públicas, que deveriam gerar satisfação aos sujeitos, gera insatisfações, frustrações e decepções. Desta forma, o ciclo que leva do privado ao público, e deste de volta àquele, existe devido às sucessivas decepções geradas dentro de cada esfera, o que faz com que haja “*períodos de intensa preocupação com questões públicas e de quase total concentração no desenvolvimento do bem estar individuais*” (HIRSCHMAN, 1983, p. 08). Haveria, assim, uma disputa entre estes dois campos pela dedicação e atenção dos indivíduos. Se as decepções geradas pela busca do "bem estar" individual por meio dos ganhos materiais levam a esfera pública, esta última, muitas vezes associadas às grandes paixões e ao ganho de poder, pode causar decepções aos envolvidos, seja pelo excessivo envolvimento dos mesmos que criam expectativas exageradas com relação aos resultados das ações coletivas planejadas, associando este fato a uma estimativa de tempo de realização errônea; seja, ainda, pela pouca participação, realizada somente através do voto. Em ambos os casos, o envolvimento nestas atividades pode gerar decepções e levar o indivíduo de volta aos seus interesses individuais. No entanto, o retorno ao mundo privado pode ser justificado ainda como uma contribuição ao bem coletivo, uma vez que ao buscar o "bem estar" individual, os sujeitos podem ser vistos como estando contribuindo para o desenvolvimento da sociedade.

“Após algumas experiências desagradáveis com a vida pública, é frequentemente possível para uma pessoa levar a cabo uma retirada total no sentido da vida privada sem que se sinta uma desertora; ela pode, na verdade, atingir o melhor de ambos os mundos à medida que se convence que colaboram melhor para o bem público aqueles que cuidam estritamente de seus interesses particulares” (HIRSCHMAN, 1983, p. 138).

É neste sentido que uma politização do consumo, através dos ciclos de dedicação privado-público-privado, pode nos levar a compreender a atuação na vida íntima com vista ao bem estar público, uma ação política através dos atos cotidianos, como a sinalização de valores e posições políticas através da aquisição de bens e serviços.

O que poderia ser visto como esvaziamento da atuação na seara política ou, ainda, como um “*desengajamento*” (p. 33) ou “*esgotamento da política*” (p. 33) é

analisado por Beck (1997) como uma forma de luta por uma “*nova dimensão do político*” (p. 32), extravasando as práticas tradicionais de fazer política e adentrando novas fronteiras de ação. Estas ações são caracterizadas por Beck (1997) como subpolítica, o que permite que agentes externos ao sistema político e corporativo participem da construção social e criem oportunidades “*de se ter uma voz e uma participação no arranjo da sociedade para grupos que até então não estavam envolvidos (...)*” (p. 35), como os cidadãos, movimentos sociais e grupos especializados, “*há até mesmo oportunidade para indivíduos corajosos ‘moverem montanhas’ nos centros estratégicos de desenvolvimento*” (p. 35). Desta forma, a subpolítica abre-se como uma possibilidade de “*moldar a sociedade ‘de baixo para cima’*” (p. 35).

3.2. Adjetivando o consumo

Dentro do processo de responsabilização dos indivíduos com relação ao impacto ambiental de seus atos de consumo, este foi adquirindo uma série de adjetivos com o intuito de caracterizar práticas sintonizadas com a responsabilidade ambiental e social, tais como consumo responsável, consciente, verde, ético, solidário e sustentável, dentre outros. No Brasil, já existem algumas organizações que trabalham com este tema, buscando, através da disseminação do conceito de consumo consciente, sensibilizar a população para práticas mais sustentáveis.

O Instituto Akatu pelo Consumo Consciente talvez seja a ONG que mais trabalha com este tema, tendo como missão: “*mobilizar as pessoas para o uso do poder transformador de seus atos de consumo consciente como instrumento de construção da sustentabilidade da vida no planeta*”³⁰. Criado dentro do Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, o Instituto Akatu nasce com o objetivo de educar o consumidor brasileiro para que este passasse a valorizar as iniciativas de responsabilidade social empresarial (RSE), potencializando as mudanças sociais advindas destas práticas. O consumidor, através de escolhas alinhadas com a RSE, é percebido como estratégico na transformação dentro das empresas e na sociedade. Para

³⁰ Informação obtida através da seção “Institucional” no endereço eletrônico do Instituto Akatu pelo Consumo Consciente. Acesso realizado em 08 de maio de 2012 em <http://www.akatu.org.br/Institucional/OAkatu>.

o Instituto Akatu, o consumo consciente implica na reflexão sobre questões, como: “*Por que comprar? De quem comprar? O que comprar? Como comprar? Como usar? Como descartar?*”³¹. Definindo-o como um consumo realizado

“(…) de forma diferente: tendo no consumo um instrumento de bem estar e não fim em si mesmo. É consumir sustentavelmente, de modo a deixar um mundo melhor para as próximas gerações. É consumir solidariamente, fazendo escolhas de consumo buscando aumentar os impactos positivos e diminuir os impactos negativos: em si próprio, na sociedade, na natureza e na economia” (Instituto Akatu pelo Consumo Consciente³²).

Outra nomenclatura recorrente é o do consumo sustentável, adotado tanto pelo IDEC, quanto pelo MMA. Em seu endereço eletrônico, o IDEC possui uma seção denominada Consumo Sustentável destinada a informações e campanhas sobre o tema. Durante a Rio+20, por exemplo, o IDEC lançou o vídeo *clip* “O futuro que queremos”, inspirado no manifesto “Pelo consumo sustentável, eu consumo diferente”, e a plataforma “Consumidores pelo Consumo Sustentável para a Rio+20”, onde os consumidores poderiam assinar a petição “10 propostas com o futuro que queremos” a ser entregue para a presidente Dilma Rousseff durante a própria Rio+20. No documento, o IDEC afirma a necessidade de mudanças nos padrões de produção e consumo.

“Para o consumidor poder consumir diferente, precisamos de mudanças concretas e efetivas tanto das empresas, que precisam de novos modelos de negócio, quanto dos governos, que precisam implementar políticas públicas que inibam os padrões insustentáveis e estimulem novos e diferentes padrões de produção e consumo” (Plataforma dos Consumidores pelo Consumo Sustentável para Rio+20: 10 propostas para o futuro que queremos já!³³).

O MMA, através do PPCS, atrela o consumo sustentável à produção sustentável entendendo que não é possível trabalhar com apenas uma destas dimensões, pois elas estão interligadas. O sucesso de uma proposta de consumo com menos

³¹ *Idem*

³² *Idem*

³³ Informação obtida através da seção “Plataforma dos Consumidores pelo Consumo Sustentável para Rio+20: 10 propostas para o futuro que queremos já!” no endereço eletrônico do Instituto de Defesa do Consumidor (IDEC). Acessado em 15 de julho de 2011 em <http://idec.org.br/pdf/plataforma-consumidores.pdf>

impacto socioambiental, segundo o documento, depende de transformações no campo da produção, compreendendo o consumo sustentável como aquele que

“envolve a escolha de produtos que utilizaram menos recursos naturais em sua produção, que garantiram o emprego decente aos que os produziram, e que serão facilmente reaproveitados ou reciclados. Significa comprar aquilo que é realmente necessário, estendendo a vida útil dos produtos tanto quanto possível. Consumimos de maneira sustentável quando nossas escolhas de compra são conscientes, responsáveis, com a compreensão de que terão consequências ambientais e sociais – positivas ou negativas” (MMA³⁴).

Em seu sítio eletrônico, o MMA esclarece que o consumo consciente, responsável e verde são nuances do consumo sustentável. Na cartilha “Consumo Sustentável: Manual de Educação”, desenvolvida através da parceria entre o MMA, o IDEC, o Ministério da Educação (MEC) e a *Consumers Internacional* (CI), as dimensões a que cada um destes diferentes termos representa são especificadas da seguinte forma:

- **Consumo verde:** além das variáveis preço e qualidade, o consumidor considera a variável ambiental em suas opções de aquisição de produtos e serviços, avaliando os impactos envolvidos na produção, distribuição, consumo e descarte dos produtos. Nesta estratégia, os consumidores são estimulados a trocar a marca X pela Y, sinalizando para os fabricantes que a variável ambiental tornou-se um critério de diferenciação e aquisição de produtos e serviços.
- **Consumo responsável, ético e consciente:** estas qualificações dos diferentes tipos de consumo buscou a inclusão de critérios sociais junto com os ecológicos, gerando “*um compromisso ético, uma consciência e uma responsabilidade*” quanto aos impactos da produção, circulação e descarte de produtos sobre ecossistemas e grupo sociais.

³⁴ Informação obtida através da seção “Responsabilidade Socioambiental: Conceitos (Consumo sustentável)” do endereço eletrônico do MMA – Ministério do Meio Ambiente. Acessado em 05 de maio de 2012 em <http://www.mma.gov.br/responsabilidade-socioambiental/producao-e-consumo-sustentavel/conceitos/consumo-sustentavel>

Este Manual entende que o consumo sustentável compreende inovações tecnológicas, mudanças no padrão de escolha dos consumidores, que desenvolvem ações coletivas e provocam alterações políticas, econômicas e institucionais com vista a um modelo de produção e consumo mais sustentável em termos sociais e ambientais. O consumo sustentável seria uma meta a ser alcançada por toda a sociedade.

O que podemos perceber tanto pelos conceitos trabalhados por estas instituições quanto na fala dos ambientalistas da pesquisa é que ora eles se completam ora eles representam uma mesma prática e postura frente ao consumo. Segundos os ambientalistas, por exemplo, todos esses conceitos estão “ *muito embolados*”, “ *mais ou menos amarrados*”, “ *misturados*” ou, ainda, são “ *semelhantes*”. Rafaela é categórica com relação a isto: “ *Na verdade é tudo a mesma coisa*”. Segundo Virgínia, todas estas nomenclaturas são um desdobramento do consumo consciente, motivo pelo qual prefere usá-lo.

“Todo esse processo vem de uma ‘martelação’ na consciência. Eu não olhei para a sustentabilidade do planeta, não veio de fora pra entrar. O consumo verde, eu acho que é assim. Foi mais uma coisa que veio de dentro, com consciência, te incomodando e você convivendo com aquilo. E ela que me fez procurar o consumo verde, o consumo ecológico e o sustentável”.

Luciana, por sua vez, acredita que todas estas nomenclaturas de alguma forma expressam

“(…) que você está consumindo de maneira diferenciada, você está buscando outro tipo de consumo. Os seus hábitos de consumo estão tendo uma representação diferenciada. Você está, em cada ação, refletindo sobre ela. Não está em um processo mecânico que foi engenhado por esse sistema capitalista, mas você está refletindo sobre cada ação de consumo desta: para o que você precisa, por que, o que aconteceu antes deste material chegar até você e o que vai acontecer com ele dali por diante. Avaliando a necessidade de se ter ou não esse consumo. E de fazê-lo da melhor forma possível para todos, para você, para sua necessidade e para os reflexos que ele vai trazer para a sociedade como um todo e para o meio ambiente”.

No entanto, cada um dos ambientalistas tem suas preferências ao empregar uma, duas ou nenhuma delas. Alex, por questões profissionais, emprega em uma de suas palestras sobre consumo as nomenclaturas consumo consciente e consumo responsável, mas opta por inverter a ordem. Ao invés de ter um consumo consciente/responsável, ele

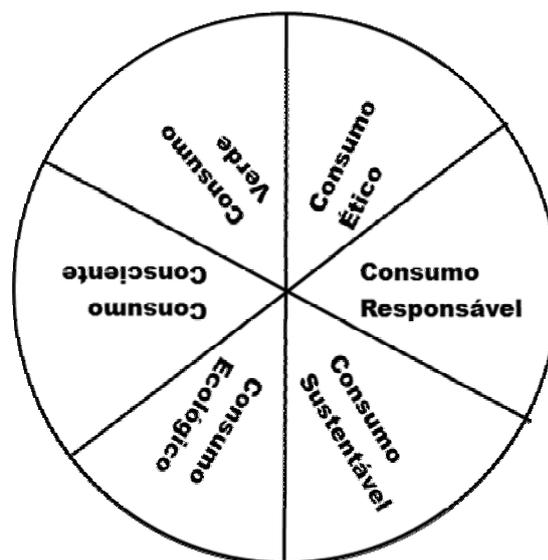
prefere ser responsável em suas práticas de consumo e “*buscar consciência naquilo que estou consumindo*”.

Apesar de ser comum encontramos estes termos nas discussões em torno das implicações do consumo sobre o meio ambiente, eles não aparecem tão facilmente no discurso destes ambientalistas. Somente três destes utilizaram espontaneamente a expressão “consumo consciente” e, quando questionados sobre qual dos termos contidos na figura 3³⁵, eles adotam e praticam no dia a dia, somen-

te um deles manteve o uso do “consumo consciente”, um optou por “consumo responsável” e o terceiro resolveu explicar o porquê dele não se considerar nenhum dos tipos de consumidor exposto na figura 3.

E por entenderem que muitas destas expressões são muito semelhantes, alguns ambientalistas optaram por escolher mais de uma, havendo uma maior concentração entre consumo consciente e consumo responsável. Somente Pedro escolheu o consumo ético justificando que não consome produtos transgênicos nem divulga as iniciativas de empresas que utilizam este tipo de tecnologia em seu processo de produção. O consumo sustentável foi considerado por muitos dos ambientalistas como uma utopia, possível para alguns, impossível para outros. Além disso, expressões que eu não havia considerado apareceram espontaneamente na fala deles, como consumo político e consumo solidário, enquanto expressões como “verde” e “ecológico” simplesmente desapareceram ou apareceram somente nas explicações sobre o tipo de consumo que praticam, conforme mostra o quadro a seguir.

Figura 3 – Tipos de consumo



³⁵ Durante a pesquisa, realizamos entrevistas semiestruturadas com os 13 ambientalistas e utilizamos a Figura 3 como recurso visual para que eles pudessem discutir sobre cada uma destas nomenclaturas, escolhendo qual delas eles praticam bem como o significado de cada uma delas.

Quadro 2 – Tipos de consumo

Que tipo de consumo você pratica?	Espontâneo	Provocado
Consumo Consciente	3	8
Consumo Responsável	0	6
Consumo Sustentável	1	2
Consumo Ecológico	0	0
Consumo Verde	0	0
Consumo Ético	0	1
Nenhuma das opções	9	1
Consumo Solidário	1	Não perguntado
Consumo Político	1	Não perguntado

Quando instigados a responder o significado de cada uma das expressões contidas na figura 3, alguns ambientalistas explicaram o significado de uma a partir da junção de outras duas ou três expressões. Para Camila, por exemplo, todas estas expressões juntas sinalizam o ideal do consumo sustentável, algo que ela ainda almeja. Há os que optaram por defini-las diferenciando-as ou, ainda, considerando-as redundantes, como Alex que acredita que todo o consumo implica em responsabilidade e ciência dos seus atos para consigo e com o próximo.

“Idealmente, todo o consumo deveria ser responsável, todo ele deveria ser consciente. No nível mais básico, se você troca dinheiro por alguma coisa você precisa valorizar o seu dinheiro escolhendo alguma coisa ou serviço que valha aquilo e que, principalmente, não vá depois te trazer algum tipo de problema, ou a você ou ao próximo” – Alex

Para Arthur ser responsável pelo consumo vai muito além de você ter consciência do que está fazendo, motivo pelo qual considera que hoje seu consumo seja consciente, pois ele tem ciência do impacto social e ambiental, o que não significa que ele se responsabilize pelos danos gerados pelas suas escolhas, como relata: *“grande parte do meu consumo é responsável, mas eu não vou me responsabilizar por... não me responsabilizei pelas criancinhas sonegadas de impostos da China quando comprei o meu tênis [apontando para o tênis da marca Nike que estava calçando]”*. Mas, para

Carlos, o consumo consciente seria o primeiro estágio na mudança dos padrões de consumo, quando os indivíduos entendem as consequências das suas escolhas e começam a buscar as mudanças necessárias. Por não se contentar com a sua fração do planeta ou com uma “pegada ecológica” ideal, Carlos considera-se um consumidor responsável, o que significa, para ele, o envolvimento de três outros tipos de consumo: o consciente, o ético (mais relacionado às questões sociais) e o verde (a busca de produtos com atributos ambientais claros).

“(...) o consumo responsável, que é o que eu escolhi pra mim, acho que engloba um pouco do consciente, do ético e do verde, de uma forma que eu pense o meu consumo de forma estrutural, de opções maiores ao meu estilo de vida. E eu tenho consciência das consequências, eu tomo ações pra reduzir o consumo ou adequá-lo ao meu ponto de vista estrutural e algumas ações marginais, mas eu não vou tão à frente ao ponto de me contentar com a minha fração de planeta Terra” – Carlos

Marcelo não apenas concorda com Carlos como chama a atenção para outro aspecto que valoriza no consumo responsável, a projeção do consumidor como o protagonista da ação. O consumidor, segundo ele, é chamado à ação.

“Eu tento ao máximo ser sustentável, ecológico, consciente, verde e ético dentro de um padrão de responsabilidade, que não é absoluto. Se fosse absoluto, eu não adoraria comer comida japonesa e atum, seria uma questão. (...) O consumo responsável me desonera de uma carga que as outras palavras têm que tem muita força pra mim. O consumo responsável, eu tento ser responsável em todos os meus processos de consumo, assumir a minha responsabilidade como consumidor. (...) ele está dentro de uma perspectiva de ter uma questão ética. Ele chama o consumidor a ter uma responsabilidade pelo consumo. É aquele consumo que te projeta como protagonista: ‘Preste atenção no que você vai colocar no carrinho’. Você ‘empodera’. É uma lógica que eu acho atraente pelo seguinte: você é chamado à razão. Estou assumindo a responsabilidade com todas as variáveis, em maior ou menor proporção, que irão reger o uso desse poder (...)” – Marcelo

Desta forma, Carlos e Marcelo colocam-se fora das práticas consideradas ideais e que os levaria a um nível de consumo mais sustentável, o que para alguns dos ambientalistas é considerado como uma utopia, algo impossível de ser alcançado, como demonstra o discurso tanto do Gabriel quando do Marcelo.

“(...) Todo consumo implica em algum impacto socioambiental. Acho que um consumo totalmente sustentável não é possível. O que podemos fazer é minimizar os impactos a ponto de se criar um modelo de sociedade sustentável, mas uma vida 100% sustentável não acredito ser possível. Acho que tem pessoas que creem nisso, mas eu não acredito” – Gabriel

“Porque, em tese, o que seria o consumo sustentável por definição? O que você está consumindo é algo que pra existir determinou uma desoneração absoluta de todos os impactos. Eles foram zerados, neutralizados. Você estar levando pra casa um produto zero CO₂, zero resíduo pós-obsoloscência programada, toda energia que você use a partir desse produto de alguma forma ele consegue também... O consumo em si não é sustentável (...)” – Marcelo

Dentre as duas ambientalistas que escolheram o consumo sustentável como a expressão de suas práticas, Luciana credita sua opção ao fato de buscar consumir bens oriundos de uma produção mais sustentável, mas também se considera uma consumidora consciente e responsável. Já Rafaela escolheu como única opção o consumo sustentável, mesmo acreditando que todas as expressões são iguais. Entretanto, acredita ser uma consumidora sustentável por respeitar o ciclo de produção da natureza e saber que o seu consumo alimenta um modelo de produção que sustenta, de forma justa, famílias de produtores rurais ou de produtores envolvidos com a economia solidária. Definindo, assim, o consumo sustentável como

“(...) um consumo que me sustenta e, ao mesmo tempo, sustenta e ajuda as pessoas que fornecem para o meu consumo, dando, ao mesmo tempo, espaço pras coisas serem organizadas em um ciclo natural. Por exemplo, eu não preciso de uma manga em junho quando não está na época dela. Eu quero respeitar o tempo da natureza pras coisas e o tempo do produtor. Isso é ecológico. Quando o repolho roxo vem pequeno eu não ligo pro produtor pra reclamar, eu sei que é isso que pode ser... Você viu o que a gente compra? Muitas coisas me sustenta e sustenta outros também. Acho que isso é sustentabilidade” – Rafaela

Lucas foi o único dentre os ambientalistas que chegou a conclusão de que não poderia se classificar em nenhuma destas formas de consumo. Considera que dentro das informações que possui, ele busca ser consciente, responsável, sustentável e solidário. Entretanto, como ele não consegue ter controle sobre as informações de todo o ciclo de vida dos produtos e serviços que adquire, sobre a história dos produtos, não tem certeza sobre o quanto de fato consegue minimizar seu impacto social e ambiental. Mas acredita que não é sustentável porque o processo de produção dos produtos será

falho no quesito sustentabilidade, senão todos os produtos que consome, a maioria o é. Mesmo os produtos orgânicos, que fazem parte da sua agenda de compras, Lucas não considera parte de uma cadeia de produção sustentável devido à quantidade de embalagens com que estes produtos vêm e, muitas delas, sem a possibilidade de serem destinadas à coleta seletiva. Lucas se ressentia da dificuldade do acesso a informações sobre os produtos, sobre a história destes antes de chegarem à sua casa.

“(…) Eu tento comprar aquilo que eu acho que é a melhor das opções. Mas, aí o problema é saber se aquilo que eu acho que é melhor é de fato o melhor? Não sei. Não sei se diante daquilo que apresenta se aquele de fato é o melhor. Parece que sim, mas como não conheço todo o processo que foi envolvido pra aquele produto chegar ali, pode ser que eu ache que é e na verdade não seja (...). De forma que hoje eu acho que não me encaixaria em nenhum desses tendo em vista que eu não tenho o conhecimento total do processo pra poder garantir que aquele consumo é ecológico ou verde ou consciente de forma total, absolutamente, seria o máximo possível dentro do que eu sei. Eu vejo essa limitação como sendo parte desse processo. E essa é minha dificuldade” – Lucas

Gabriel concorda com Lucas acreditando ser necessário que haja campanhas de educação ambiental e informação porque, de forma geral, falta muita informação, mesmo para “*nós que nos achamos muito informados. (...) O consumidor em geral não tem acesso a que tipo de produto ele está consumindo*”. Rogério, explicando sobre a pegada dos produtos e, ao mesmo tempo, da falta de rotulação sobre o impacto ambiental dos mesmos, relata sobre uma pesquisa que rastreou a origem dos componentes do iogurte de morango e que a maioria das pessoas não faz ideia de todo o processo existente por trás de um simples pote de iogurte.

“(…) Tiveram pesquisas que ficaram famosas... De onde vem o iogurte de morango? De onde vem o morango? Ele veio da Polônia e depois foi pra Itália e é lavado lá porque a água é mais barata. O alumínio da tampa vem do Brasil, o plástico é petróleo e assim por diante. Soma viagem pra chegar um pote de iogurte, é de chorar. Isso em tudo, né? O transporte é muito barato. É uma loucura. Isso está dentro de consumo sustentável e ecológico que é uma ideia do que acontece com o produto antes de chegar na sua casa” – Rogério

Esta percepção destes ambientalistas é confirmada pela visão que Appadurai (2008) defende de que “*à medida que as mercadorias percorrem distâncias cada vez maiores (...), o conhecimento sobre elas tende a se tornar parcial, contraditório e*

diferenciado” (p.77; 78). Neste processo, somente Rafaela e Virgínia possuem controle sobre as informações relativas à maioria dos produtos que consomem, uma vez que dentro da Rede Ecológica os associados são estimulados a visitar as lavouras e conhecer os produtores, levando a um maior controle da informação sobre os produtos por parte dos próprios consumidores.

Segundo Juliana, a química invadiu o cotidiano das pessoas através dos alimentos, dos produtos de limpeza, dos medicamentos e é uma linguagem que normalmente não é bem compreendida ou que requer conhecimento técnico. O acesso e o entendimento das informações científicas acabam sendo dificultados pela forma como esta verdade é construída dentro dos laboratórios, bem como o grau de complexidade que este conhecimento exige. Latour (2000) exemplifica muito bem isso ao mostrar todo o processo envolvido na descoberta do formato da dupla hélice do ácido desoxirribonucleico (DNA – sigla em inglês) e como eventos, aparentemente isolados temporalmente e espacialmente, dialogam e contribuem para a descoberta, bem como para o reconhecimento dela como tal. As discussões em torno da construção do fato científico ou “*fato duro*”, como nomeou Latour (2000), são compostas por uma série de controvérsias dentro do campo de estudo daquele fato até que todas as contestações realizadas por diversos cientistas sejam superadas e a “caixa de pandora” possa ser fechada. Mas, até que a “caixa de pandora” possa de fato ser fechada, as discussões tornam-se extremamente técnicas e requerem um conhecimento especializado para acompanhá-las. Fazendo com que a maioria das pessoas não compreenda a linguagem e o significado destes embates. Só então, com as discussões encerradas, o fato é transformando em algo que não pode mais ser questionado. De maneira simplificada, o DNA tem o formato de dupla hélice com ligações estabilizadas de pontes de hidrogênio e tendo como base para a formação de um nucleotídeo completo a adenina, a guanina, a citosina e a timina. Este é um fato duro. Entretanto, em um mundo em construção, a “caixa de pandora” ainda está aberta e não temos tanta certeza quanto aos fatos, porque as controvérsias ainda não foram esgotadas, o que pode ser percebido nas discussões em torno da existência do aquecimento global, sobre as implicações dos OGMs ou a gestão dos resíduos nucleares, dentre outras questões.

Não nos caberá na presente pesquisa aprofundar a questão dos riscos envolvidos no desenvolvimento tecnológico e aplicação do mesmo em nossas vidas.

Nosso interesse é a percepção dos atores e a forma com que eles dialogam com o emprego desta tecnologia, em constante transformação, em seu cotidiano.

3.3. Pautando novos hábitos

“Resisto à inovação tecnológica, prefiro resistir à febre” – Marcelo

Construir novos hábitos, mudar de atitude, definir novos comportamentos, segundo os ambientalistas, não é algo fácil, mas é algo possível de ser feito. Eles alegam que quanto mais informações os indivíduos possuírem maior a capacidade de mudança e inovações. Virgínia, uma das informantes, quando questionada sobre as dificuldades de ser ambientalista apresentou a seguinte questão: *“escovar os dentes é legal?”*. E respondeu: *“Não, mas todo mundo escova os dentes, estamos todos habituados a acordar, tomar café e escovar os dentes, e também antes de dormir”*. Segundo Virgínia isto só acontece porque as pessoas sabem da importância de cuidar dos dentes, da saúde bucal e das consequências caso não levem esta tarefa tão a sério. A mudança dos hábitos dependeria da informação. É o que defendem tanto Lucas quanto Arthur. Lucas, por exemplo, explica que de acordo com as informações que recebe dos amigos, redes sociais e reportagens, ele vai aos poucos corrigindo os seus hábitos, *“quando descubro alguma coisa errada, eu mudo”*. Arthur percebe a possibilidade de mudança também através das informações.

“A mudança do consumo vai se dar a partir do momento que aquela pessoa tiver uma instrução necessária para aquela situação. Ela não vai deixar de comer carne se ela não souber como é o funcionamento da indústria da carne. Ela não vai deixar de comprar produtos quaisquer que sejam se não souber o processo de produção, dos agrotóxicos e adubos e a destinação final disso” – Arthur

O que não significa que estas mudanças sejam fáceis e rápidas. Os hábitos são construídos e afirmados ao longo do tempo. Camila relata que ao tentar mudar, muitas vezes, as pessoas são mal vistas ou estigmatizadas como a pessoa que sempre reclama: *“você está tão acostumado a viver nessa sociedade que pra você mudar, você*

sempre vai ser visto como o diferente, o maluco, o que adora reclamar, é um processo". Mas, segundo eles, é uma mudança possível de ser construída e uma das formas de reclamando mesmo, é demandando das empresas produtos de acordo com os seus valores. Foi o que Camila fez quando percebeu que a massa pronta para bolo que comprava e passou a vir com o símbolo "T" de transgênico na embalagem.

"Evito algumas coisas, mas eu e meu namorado estávamos comendo direto um bolo daqueles de saquinho, que faz um *brownie* maravilhoso. A gente estava viciado, porque é a única receita que a gente conseguia fazer um *brownie*. O bolo normal você não precisa fazer do saquinho, mas o *brownie* a gente fazia. E aí um belo dia fomos comprar e vimos o 'T' de transgênico. Foi o último que compramos pra fazer a despedida. Fiz um movimento, tiramos uma foto, jogamos na *Internet* mobilizando alguns amigos, mandamos *e-mails* pra empresa e a gente conseguiu que eles retornassem a ligação, mas foi um produto que a gente teve de parar de comer. Mas foi o que eles falaram pra gente que atualmente eles não têm mais como saber se o produto deles, que é o amido de milho, que os fornecedores deles usam é transgênico ou não. Essa dúvida os fez colocarem que existe transgênico" – Camila

Arthur também acredita que, através não somente da reclamação como também das sugestões, é possível mudar a realidade, foi o que fez tanto em um supermercado quanto no próprio condomínio em que mora.

"Em um supermercado, por exemplo, quando fatiam os frios em bandeja de isopor, eu já sugeri que não usassem mais. Inclusive, eu já até falei com o gerente que não estava levando o produto deles porque estava em embalagem de isopor. Falei que aquele era um material desnecessário, que estava sendo utilizado e que poderiam reduzir os custos e aumentar os lucros não utilizando. Você só embalar no plástico já está suficiente, não precisa da bandeja de isopor. Aqui no condomínio fiz um calculo do consumo de energia elétrica e vi que se tomássemos determinadas mudanças reduziria a conta" – Arthur

Mas, assim como Camila, Arthur acredita que não basta somente eles fazerem isso. É preciso que muitas pessoas o façam para que as empresas sofram a pressão do consumidor e mudem.

"Por exemplo, aquela empresa do *Brownie*, a *Fleshman*, não sei quantas pessoas deixaram de consumir, umas 20 pessoas, será que isso é representativo no Brasil? Não sei se tiveram outros locais no Brasil que fizeram esse boicote, mas aqui no Rio não é nada, a gente escreveu pra lá,

falamos com eles. A mulher que nos atendeu ‘super entendia’ do assunto, simpática, mas não fez diferença pra eles, eles não mudaram. Até sugerimos pra eles que da mesma forma que a gente estava cobrando deles que eles cobrassem do fornecedor deles pra que desse uma resposta, e eles falassem que também não queriam o produto transgênico, mas não surtiu efeito” – Camila

Virgínia, outra ambientalista da pesquisa, defende que se os consumidores deixarem de comprar, através de práticas como boicotes, os produtos de uma determinada empresa, seja porque ela está poluindo ou usando trabalho escravo, isto a levaria à falência ou a mudar seu padrão de produção.

A produção, assim como a aquisição de bens, está relacionada às interações sociais, aos códigos estabelecidos pelos grupos sociais. Os produtos não são simplesmente alocados nas prateleiras para que os consumidores, ávidos por novidades, os adquiriam. Se o produto em questão não estiver em consonância com as demandas sociais, ele não terá o sucesso esperado por seu fabricante.

Sahlins (2003) defende que há uma intenção cultural no processo de produção dos bens. Segundo este autor é o significado simbólico do objeto inserido na cultura que consegue explicá-lo. Mais do que isso, há uma determinação cultural para que se consuma certo bem em uma sociedade e em outra ele seja simplesmente proibido ou considerado sagrado. Sahlins (2003) buscou compreender o consumo americano de carne e a influência dele no modelo de produção. A questão era: por que os americanos comem bois e porcos, evitam a carne de cavalos e não consomem cachorros? De acordo com Sahlins (2003), esta questão só pode ser explicada através de um tabu construído dentro da sociedade americana que, por sua vez, regula o que pode ser considerado comestível ou não. A dupla cavalo-cachorro, por exemplo, não faz parte da categoria comestível por serem considerados animais domésticos. Estes possuem nomes, são acariciados, amados, escovados e, no caso do cachorro, são considerados como membros da família. Possuem um *status* de sujeitos. No entanto, há uma diferenciação entre cachorro e cavalo. A “*América é a terra do cão sagrado*” (p. 171). Este, definitivamente, não é considerado alimento. Já os cavalos, estes podem vir a ser comestíveis em casos extremos, como por exemplo, durante a crise de 1973. A carne de cavalo passou a ser comercializada nos açougues como uma opção barata. Houve protestos e demonstrações de repulsa por parte da sociedade, o que não impediu, não apenas a produção, como a comercialização e o consumo de “*filé de carne de cavalo*”,

‘cavaloburger’, ‘contrafilé equino’” (p. 173). Mas houve a necessidade de uma crise para que um animal, normalmente considerado como não comestível, passasse a ser considerado alimento. Relação completamente diferente é destinada ao gado de corte, sem nome e sem carinho. Alimentado com o único intuito de prover o consumo humano. Na verdade, porcos e bois são considerados “objetos” dentro deste sistema. Percebemos, assim, que não são as características físicas do objeto que o torna um bem de consumo ou não e sim as relações estabelecidas dentro da sociedade com seu conjunto de significados.

Mas a mudança pode partir também do entreposto comercial e obter sucesso junto à sociedade. É o que relatou Rogério sobre uma padaria em Munique, Alemanha, que resolveu comercializar somente produtos orgânicos e acabou forçando a concorrência, através da preferência do consumidor, a também comercializar este tipo de produtos.

“(…) tem uma padaria grande em Munique que um dia decidiu mudar seus produtos para orgânico, todo mundo falou que ia ser caro demais, que seria a morte anunciada e que nada. Em poucos anos ela falou com os produtores que forneciam trigo e outros produtos e conseguiu mudar completamente para orgânico. Hoje em dia, ela só vende orgânico e está lá vivinha e todas as padarias tem produtos orgânicos hoje por causa dessa concorrência” – Rogério

A produção corresponderia às necessidades estabelecidas pelos indivíduos em sociedade. E é justamente na mudança dos hábitos destes consumidores que os ambientalistas apostam. Se eles, através dos conhecimentos adquiridos, transformaram alguns dos seus hábitos, outros consumidores também poderiam fazer isso e passar a demandar produtos com melhor desempenho social e ambiental. A construção de uma nova sociedade vai depender do surgimento deste novo sujeito, como explica Pedro: *“Eu sempre falo pros meus alunos que a gente tem que, pela educação ambiental, planejar um novo mundo e também uma nova pessoa. (...) Se a gente quer um mundo novo temos de começar por nós mesmos”*.

Capítulo 4 – Os atos banais do cotidiano

“Agora, acho que a grande dificuldade é conseguir entender como você consegue, na verdade, ter acesso às coisas e usufruir de coisas que são importantes pra suas necessidades básicas, pro seu conforto, por seu entretenimento, sem necessariamente consumir algo que demande recursos e que gere resíduos. Esse é um pouco o desafio” – Carlos

Durante uma das conversas que pude ter com Marcelo ele enumerou uma série de ações relacionadas às suas práticas diárias, denominadas por ele como “*os atos banais do cotidiano*”, que são pautadas por questões ambientais, cuidados que ele acredita serem necessários verificar na hora de escolher produtos e serviços. Decisões como: que tipo de embalagem levar para casa? É possível destiná-la para a coleta seletiva? Ter um carro ou uma bicicleta? Que tipo de combustível usar? De onde vem a madeira que compõe os móveis? Que tipo de lâmpada comprar? *Stand by* ligado ou desligado? Segundo ele é preciso “*se incomodar mais facilmente em relação aos atos banais do cotidiano*”. E mudar. Mas, Marcelo não foi o único dentre estes ambientalistas a fazer uma lista do que fazem para diminuir sua “pegada ecológica”, seu impacto social e ambiental. Os temas mais recorrentes em nossas conversas foram em torno da gestão dos resíduos sólidos, especialmente a coleta seletiva, a economia de água e energia, a escolha do modal de transporte e a alimentação, especialmente orgânicos e transgênicos, mas também a forma como os produtos processados fazem parte do cotidiano destes ambientalistas.

Nesta linha, podemos perceber que as “dicas” disponíveis em *sites* de ONGs e do governo federal não divergem muito do que estes ambientalistas procuram realizar. Alguns dão passos maiores que outros de acordo com suas prioridades e afinidades com os diferentes temas. Para entendermos melhor as práticas buscadas e, em alguns casos, desejadas por estes ambientalistas, vou elencar algumas das propostas de ação que estas instituições recomendam que as pessoas façam em seu cotidiano com intuito de se tornarem consumidores mais conscientes ou sustentáveis. Não tenho o objetivo aqui de esgotar todas as práticas, mas compreender a relação destas com as questões sociais e ambientais. Ao mesmo tempo, estas são recomendações a serem incorporadas pela população de forma geral e não destinadas exclusivamente aos ambientalistas. Para isto, vou utilizar as informações disponíveis nos sítios eletrônicos

das ONGs SOS Mata Atlântica, do Instituto Akatu pelo Consumo Consciente e do WWF-Brasil. Além disto, vou elencar as recomendações disponíveis tanto no *site* do MMA quando na publicação “Consumo Sustentável: Manual de Educação” realizada através da parceria entre o MMA, a CI, o IDEC e o MEC.

Cada instituição define os temas de acordo com os seus objetivos. À exceção da ONG SOS Mata Atlântica, que fornece dicas exclusivamente sobre a preservação da água através da campanha “*Xixi no Banho*”, todas as demais instituições que listei aqui trabalham com diversos temas. A ONG WWF-Brasil trabalha com o conceito de Pegada Ecológica e as dicas estão dentro da seção Reduza sua Pegada, por meio dos temas: alimentação, hábitos, consumo, moradia e transporte. Já o Instituto Akatu pelo Consumo Consciente trabalha com informações sobre água, alimentos, cadeias produtivas, consumo consciente (seu eixo de atuação principal), dinheiro e crédito, energia, mudanças climáticas e resíduos. O IDEC, CI, MEC e MMA, através da publicação “Consumo Sustentável: Manual de educação”³⁶, explicam a relação existente entre oito temas (cidadania e consumo sustentável, água, alimentos, biodiversidade, transporte, energia, lixo e publicidade) e sustentabilidade ambiental. Apesar de tratarem de forma mais ampla a questão, vou relatar somente os assuntos levantados com os ambientalistas desta pesquisa: energia, água, resíduos, transporte e alimentação.

Com o objetivo de reduzir o desperdício dos recursos hídricos, as recomendações do tipo manter a torneira fechada enquanto escovar os dentes ou ensaboar a louça, ou ainda, tomar banhos rápidos, bem como consertar vazamentos e não deixar torneiras pingando são as que mais se repetem entre as diferentes instituições. Outra sugestão é evitar o uso de mangueiras para lavar a casa, as calçadas e o carro. No caso da organização SOS Mata Atlântica, como principal recomendação, eles sugerem que as pessoas façam xixi durante o banho e, com isso, economizem uma descarga por dia (em média, doze litros de água). Eles argumentam que a urina é composta por 95% de água e apenas 5% por substâncias como sal e ureia, e que a água do banho levará todo o xixi embora, mas recomendam que este seja realizado logo no início do banho.

³⁶ A versão virtual desta publicação pode ser encontrada no endereço eletrônico do MMA: <http://www.mma.gov.br/publicacoes/responsabilidade-socioambiental/category/113-producao-e-consumo-sustentaveis-consumo-consciente-de-embalagem> ou do MEC: <http://portal.mec.gov.br/dmdocuments/publicacao8.pdf>. Para realização desta pesquisa optei por utilizar a versão impressa do mesmo manual, indicada nas referências bibliográficas.

A parte de gestão dos resíduos sólidos é a mais rica em quantidade de recomendações, entretanto, a maior parte destas concentra-se na coleta seletiva e reciclagem dos materiais. A redução, bem como a reutilização dos materiais, é pouco incentivada. Das 10 recomendações no *site* do Instituto Akatu pelo Consumo Consciente, oito delas estão relacionadas à reciclagem e à coleta seletiva e duas à redução dos resíduos, orientando as pessoas a levarem sacolas retornáveis às compras e evitar produtos muito embalados e com isopor. O WWF-Brasil estimula somente a coleta seletiva e trata da importância de entregar o material reciclável nos Pontos de Entrega Voluntária (PEV) ou em cooperativas de catadores. A redução do consumo de embalagens aparece como um benefício da escolha por uma alimentação que não prioriza o consumo de industrializados e *fast food*. As dicas mais diversificadas sobre a questão foram listadas na publicação “Consumo Sustentável: Manual de educação”. As sugestões vão desde comprar somente os produtos necessários - evitando o desperdício de recursos naturais -, adquirir produtos resistentes e duráveis - evitando sua reposição -, implantar a compostagem em casa, utilizar pilhas recarregáveis, até reutilizar as embalagens.

O setor de transporte, conhecido pelos congestionamentos das grandes cidades e pela emissão dos poluentes provenientes dos combustíveis fósseis, recebe como recomendação o uso do transporte público, atuar junto ao poder público para melhoria do transporte coletivo, evitar o uso do carro em determinados horários e, para deslocamentos curtos, optar por caminhar ou utilizar a bicicleta, ao usar o carro aproveitar para dar carona e abastecer com combustíveis alternativos. O uso do avião, seja para turismo ou para realização de reuniões de trabalho, aparece somente na recomendação do WWF-Brasil como um alerta sobre a quantidade de carbono emitido nestes deslocamentos. Segundo eles “*um avião em uma viagem do Brasil à Europa, despeja uma quantidade de carbono na atmosfera que um carro, percorrendo 30 km por dia, produziria em mais de dois anos*”³⁷.

A economia de energia está relacionada à aquisição de equipamentos com selo Procel, a retirada dos equipamentos da tomada, a substituição das lâmpadas incandescentes por fluorescentes, a utilização da luz natural bem como o incentivo ao

³⁷ Informação obtida através da seção “Reduza sua Pegada” do endereço eletrônico da ONG WWF-Brasil. Acessado em 23 de julho de 2012 em

http://www.wwf.org.br/natureza_brasileira/especiais/pegada_ecologica/reduza_sua_pegada/.

uso das escadas ao invés dos elevadores. As recomendações são também voltadas ao uso do chuveiro elétrico, como utilizar na posição “verão” em dias quentes pode gerar uma economia de 30% da energia consumida pelo aparelho, ligar a máquina de lavar roupa somente com sua capacidade máxima preenchida e acumular as roupas para que sejam passadas juntas, desligar a TV quando ninguém estiver assistindo e a manutenção e uso adequado dos refrigeradores, como não abrir por muito tempo ou evitar a proximidade deste equipamento com o fogão e aquecedores, bem como a sua exposição ao sol.

Com relação ao consumo de alimentos, as recomendações são as mais diversas. O Instituto Akatu pelo Consumo Consciente, por exemplo, recomenda fazer uma lista de compras, não escolher os produtos pela aparência (“*Prefira legumes com um pouco de terra: duram mais. E devem ser lavados só na hora de comer*”³⁸), adquirir produtos locais, evitando o custo do transporte e desperdício, e variar o cardápio, incentivando uma agricultura diversificada e aumentando a renda no campo. O WWF-Brasil sugere o consumo de alimentos da estação e verduras, legumes e frutas orgânicos produzidos em sua região, reduzindo o uso dos agrotóxicos e da exploração dos recursos do planeta. Recomenda também evitar o alto consumo de proteínas, alimentos industrializados e *fast food*. As indicações dadas pela publicação do governo federal fazem referência à obtenção de informações sobre a importância da produção oriundas da agricultura sustentável, assim como exigir o respeito pelas leis ambientais e trabalhistas nos processos de produção, demandar a venda de alimentos oriundos de produção ecológica e participar de cooperativas de consumo.

Práticas de *buycott* aparecem nas recomendações que incentivam a aquisição de produtos orgânicos e produtos mais naturais, enquanto as práticas de boicote estão relacionadas a não aquisição de produtos muito embalados ou embalados com isopor. Todos os informantes realizam tanto o *buycott*, mesmo não tendo conhecimento deste conceito, quanto o boicote, termo com o qual todos estão familiarizados. Entretanto, o envolvimento nestas práticas não é através de movimentos coletivos, são opções individuais, muitas vezes recorrentes entre todos os nativos, como a não aquisição de produtos transgênicos. Em alguns casos, o boicote está relacionado a algumas marcas, como Nike, Nestlé, Coca Cola e Monsanto, entre outras. O *buycott*

³⁸ Informação obtida através da seção “Dicas” do endereço eletrônico do Instituto Akatu pelo Consumo Consciente. Acessado em 20 de julho de 2012 em <http://www.akatu.org.br/Dicas>.

ocorre através do mesmo processo. São as escolhas individuais por produtos que acreditam ser mais sustentáveis ou marcas que considerem melhor ou que se identifiquem por alguma razão. É o caso de Carlos, por exemplo, que procura adquirir produtos de marcas que tenham patrocinado projetos sociais ou ambientais ou patrocinado o seu time de futebol. A linha de produtos de limpeza Ecobril, da Bombril, e os produtos com refil ou com embalagens econômicas também apareceram nas práticas de *buycott* destes ambientalistas, que dão sempre preferência a estes. Como movimento organizado, eles acreditam que as duas práticas seriam muito eficientes para provocar mudanças sociais, mas que, hoje, a sociedade não está sabendo como utilizá-las.

Todas estas ações relacionadas aos “atos banais do cotidiano” podem parecer simples e algumas são bem pontuais, mas somadas a correria do dia a dia, as limitações estruturais e mercadológicas, elas podem tornar-se um desafio, como foi observado nas práticas e discursos dos informantes da pesquisa. É o que vamos buscar compreender durante este capítulo.

4.1. “Xixi no banho”

A economia de água aparece como “calcanhar de Aquiles” de alguns ambientalistas que vão logo dizendo: “*o banho é um problema*”. Ou, ainda, para os que consideram que não tomam banho tão rápido quanto poderiam. Há um claro conflito entre o prazer do banho e o momento de relaxamento que o banho proporciona com os valores ambientais. Se, por um lado, temos ambientalistas que reduziram e se educaram para tomar banhos rápidos, por outro, há os que confessam que por uma questão de gosto, conforto ou estresse, tomam banhos longos. As palavras usadas com relação à diminuição do tempo do banho são: difícil e complicado. O banho, em alguns momentos, é visto como um presente, um momento de lazer e relaxamento, como podemos perceber nos relatos destes ambientalistas.

“Eu não gosto e me eduquei pra banhos que sejam no tempo necessário pra higiene. Não gosto e procuro não fazer do banho longo algo que seja regra; eventualmente é bom por estarmos precisando de um banho quente pra dar uma relaxada, mas isso eu me dou de presente quando há necessidade” – Marcelo

“Em relação à água, eu tenho um certo problema, tenho uma grande dificuldade pra economizar esse recurso tão importante, meu banho é uma coisa muito difícil de diminuir. Eu até me preocupo, mas é muito difícil porque o banho pra mim é uma coisa muito importante, eu gasto um certo tempo, mais do que deveria ser. Eu confesso que deveria mudar isso. Eu gasto mais água do que deveria” – Gabriel

“A questão do uso da água, eu confesso que o banho é complicado. Eu levo mais tempo do que eu acho que deveria levar. Talvez menos tempo que a média da sociedade. Por questões de necessidade, eu levo mais tempo no banho do que seria necessário. Mas, assim, de modo geral, para lavar a louça, até para lavar roupa, sempre com a máquina cheia, sempre no processo mais curto da máquina” – Luciana

A adesão a campanhas para economizar água não aparece nas falas nem práticas destes ambientalistas. Eles possuem práticas para economizar, mas não estimuladas por campanhas de alguma ONG ou governo. São hábitos que aprenderam ao longo da vida e que, muitas vezes, começaram na infância por insistência dos pais, como fechar a torneira enquanto escovam os dentes ou reduzir o tempo do banho. Atos muito mais relacionados à economia financeira do que a economia de um recurso natural. Atos que foram mantidos e reforçados por outras práticas que visam à conservação da água. Dentre as novas práticas podemos citar o acúmulo de três xixis para dar uma descarga, a máquina de lavar sempre cheia e, em um caso, há o reaproveitamento da água ensaboada oriunda da máquina de lavar para limpeza da casa e lavagem inteligente da louça. Esta última é a especialidade de Carlos:

“Eu tenho o meu processo de lavar louça que gasta pouca água e acho um processo inteligente, além de ser rápido... (...). Se eu tivesse duas pias, faria como muitos europeus e americanos: uma pia de água pro enxague e a outra ensaboaria. Mas só tenho uma pia então, na verdade, eu molho tudo de uma vez, deixo tudo molhado, desligo a água e ensabo tudo de uma vez e depois enxáguo tudo e tento fazer um enxágue de forma que no fundo da pia fiquem itens maiores e pratos que já estão sendo enxaguados enquanto vou enxaguando os itens menores. Isso otimiza tanto o tempo quanto o consumo de água”.

A exceção de Rogério e Viviane, que residem em casas, os demais ambientalistas moram em apartamento onde o hidrômetro é coletivo, isto é, serve a todo o condomínio. Este é apontado como um limitante para economia de água, uma vez que a maioria das pessoas não consegue perceber no bolso o real consumo de água em suas casas bem como os benefícios do possível resultado de sua economia. Além disto, o

hidrômetro coletivo é considerado, por alguns, como uma injustiça fiscal com aqueles que “fazem o dever de casa”.

“No outro apartamento que morávamos chegamos a pedir pra Cedae fazer o hidrômetro separado, porque lá eu tinha certeza que pagava a mais. Estava pagando pelos outros, e a minha ideia pra quando nos mudarmos é ir pra um lugar que eu tenha o hidrômetro separado” – Alex

“E tomo uma atitude totalmente contra os relógios coletivos de medição de água. Isso é uma injustiça fiscal. Eu, inclusive, já sondei com o meu condomínio, que é antigo, o custo de instalação de hidrômetros individuais. Só que eu descobri que pra cada registro você tem de ter uma quebradeira em cada apartamento no lugar que tem cada registro, pra você fazer uma interligação. E cada registro vai ter um relógio pra medição, nesse sistema antigo pra fazer adaptação. Portanto é uma ideia, mas o meu condomínio sai na pancadaria por muito menos. Eu não compreí essa, mas eu fui me informar” – Marcelo

Como a maioria destes ambientalistas aluga o imóvel em que reside, a economia de água acaba sendo através das práticas cotidianas e não de forma estrutural, como a troca das descargas atuais para opções mais eficientes.

“Nós temos aqui em casa uma descarga que está incomodando a gente, a gente acumula três usos pra usar a descarga, quando é o ‘numero 2’ a gente usa, claro. Mas também tem a questão de não poder demorar no banho ou quando está lavando louça. São os cuidados que tomamos no dia a dia e que naturalmente ficam ali, você não consegue ver uma torneira ligada à toa que você fica incomodada. E isso de viver bem é você não ter os incômodos, então você resolve e pronto” – Virgínia

“Uma coisa que facilitaria muito, esse é outro problema da infraestrutura da minha casa, a parte hidráulica. A minha caixa de descarga é aquela que está na parede. E ela gasta muita água. É impressionante a quantidade. Então pra que eu tivesse a descarga que na verdade é aquele compartimento que fica em cima do vaso e que tem as duas opções, uma que você aperta e deixa sair só metade da água, tem uma que sai três litros de água e tem outras de seis a oito litros, eu vou ter de fazer uma obra pra colocar isso. Então acabo gastando não sei quantos litros, talvez doze ou mais. É uma fraqueza que a gente tem baseada na infraestrutura de onde a gente escolheu viver” – Carlos

No caso do Rogério, esta economia é estrutural. Ele realiza a coleta de água da chuva através de uma rede de calhas, sendo esta utilizada nas descargas dos

sanitários e em duas torneiras situadas na área externa da casa, havendo, desta maneira, economia de água potável.

4.2. “O lixo em excesso é o pior dos mundos”

Fazer o que se quer nem sempre é fácil e é preciso dar uma volta enorme. Foi o que aconteceu com Arthur para conseguir participar da coleta seletiva municipal. Apesar do caminhão da coleta seletiva passar em sua rua aos sábados pela manhã, o seu condomínio não realiza a separação dos materiais recicláveis. Além disto, neste horário, nem ele nem a prima estão em casa, o que inviabilizaria deles mesmos alocarem o material reciclável na calçada no horário permitido. Então, para conseguir destinar os recicláveis para a coleta seletiva, eles decidiram realizar uma maratona. Primeiro, separam os plásticos, papéis, alumínio e vidro em um cesto de plástico próximo à entrada da cozinha. Depois, embalam, colocam no porta-malas do carro da prima e levam para a casa da tia, que fica no bairro vizinho ao seu. Lá, a tia coloca o material reciclável na coleta seletiva do seu condomínio. Mas, esta maratona começou a incomodar a prima, que é apenas simpatizante à causa ambiental. Logo na segunda vez que o encontrei, ele relatou o problema e pediu ajuda para solucionar a questão através da Ecomarapendi, ONG na qual eu trabalhava à época da pesquisa. E, até ter uma solução definitiva, ele convenceu a prima a continuar fazendo a separação do material reciclável com o seguinte argumento: *“justamente agora que tinha uma pessoa pesquisando seus hábitos ambientalistas ele não ia mais poder fazer a coleta seletiva e que isto era muito chato”*. Foi o suficiente para que o cesto destinado aos materiais recicláveis retornasse para a cozinha. Para fazer parte do programa de coleta seletiva da ONG Ecomarapendi, ele precisava convencer a síndica, que apesar de gostar da ideia, tinha problemas mais urgentes dentro do condomínio para resolver. Desta forma, Arthur não conseguiu inserir seu condomínio no programa de coleta seletiva. Mas, queria, ainda assim, continuar separando os materiais recicláveis. Interpelou o porteiro que aceitou colocar o material reciclável dele na calçada no horário da coleta. Então, as sextas feiras à noite, ele desce com o material e entrega para o porteiro que se encarrega de dar destino certo ao material na manhã do dia seguinte.

Destinar de forma adequada os resíduos sólidos, assim como os efluentes, deveria ser algo corriqueiro em nossa sociedade. Entretanto, até o ano passado, a região metropolitana do Rio de Janeiro possuía somente um aterro sanitário, localizado no município de Nova Iguaçu/RJ. Segundo campanha informativa do governo do estado³⁹, até o ano de 2007, 90% dos resíduos sólidos gerados no estado do Rio de Janeiro eram destinados para lixões*. Segundo a mesma campanha, hoje, ainda 10% dos resíduos sólidos são destinados aos lixões. Somente em 2010, o Brasil passou a contar com uma Lei Federal 12.305/10, também conhecida como Política Nacional dos Resíduos Sólidos (PNRS), destinada à regulamentação da gestão de resíduos em todo território nacional, transformando, entre outras coisas, o lixão em crime federal, obrigando as empresas a implantarem um sistema de logística reversa* e a coleta seletiva obrigatória, a ser implantada pelos municípios e na qual os cidadãos devem participar, como determina a Lei através do conceito de “responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida dos produtos”*.

Pela maratona de Arthur, percebemos que esta última ação não é tão fácil de ser realizada, mesmo quando há um sistema de coleta seletiva em sua região. No caso de Gabriel e Pedro, o problema é a falta de coleta seletiva institucionalizada em sua porta. Pedro somente participa da separação de óleo de cozinha institucionalizada pelo governo do estado. Por não ter a coleta institucionalizada em seu condomínio, Pedro alega que não faz a coleta seletiva, mas, em seu relato, ele mesmo explica como é feita a separação em seu condomínio. A separação e coleta são feitas para o benefício dos porteiros, que vendem o material.

“Mas, aqui no prédio, se fizermos a coleta separada junta tudo depois lá embaixo, então não adianta fazer. Seria o ideal se o condomínio fizesse um reaproveitamento. O que o condomínio faz, é a gente colocar separado o vidro, lata e plástico separado do orgânico, mas isso não é porque o governo faz, é porque eles tentam reaproveitar ou vender pra benefício dos porteiros, não é nem pro condomínio. Eu sei que é proibido, mas eu coloco separado. Ainda acho muito pouco. Mas o óleo é uma atitude recente que estou tomando e foi incentivado por um programa do Estado, existe um programa governamental de reaproveitamento do óleo e isso me incentivou a tomar uma atitude” – Pedro

³⁹ Campanha publicitária veiculada na Revista de Domingo do Jornal O Globo, Ano 9, nº 414, 1º de julho de 2012, p. 4 e 5.

Camila leva seus recicláveis para a concessionária de energia elétrica Ampla. No posto de entrega dos materiais recicláveis para Ampla é possível adquirir desconto na conta de energia elétrica de acordo com a quantidade de material reciclável entregue a empresa. No entanto, Camila alega que não utiliza este sistema por não ter tempo para fazer o cadastro e esperar a pesagem do material. Opta somente por doar o material. Marcelo acompanha da janela do seu apartamento a retirada coleta seletiva realizada pela empresa municipal de limpeza pública, a Comlurb. Alex e Luciana, apesar de ter coleta em sua porta realizada pela Comlurb, preferem andar algumas quadras e entregar o material para uma cooperativa de catadores de material reciclável, ou como eles chamam “profissionais da reciclagem”.

“E eu participo da coleta seletiva levando na cooperativa, que por graça divina é aqui perto, duas quadras daqui. É uma moça que tem um mau humor, mas ela é bem organizada, o lugar é limpo, e eu levo pessoalmente. Separo em casa o que dá e levo pra lá” – Alex

“E como tem a cooperativa aqui perto, que é uma coisa que a gente gosta de valorizar o trabalho da cooperativa e o quanto esses trabalhadores são fundamentais para que hoje a gente tenha cada vez mais força na questão da coleta seletiva, a gente faz questão de entregar para eles” – Luciana

Para além da coleta seletiva, é possível perceber na prática de alguns destes ambientalistas que a separação do material reciclável é apenas uma das ações possíveis e que existem outras atividades relacionadas à gestão adequada dos resíduos sólidos. Dentro da filosofia dos 3Rs (Reduzir, Reutilizar e Reciclar), a redução do volume do lixo, através da compra de produtos menos embalados, o aproveitamento integral dos alimentos e a aquisição dos produtos cujas embalagens possam ser reaproveitadas mais facilmente, aparece com mais força do que a coleta seletiva em si. A tentativa de aumentar o ciclo de vida das embalagens pode ser constatada tanto na casa do Alex e da Luciana quando na da Juliana. Esta, por exemplo, relatou a conversa dela e do marido, Roberto, sobre suas compras. O tema era a geleia de mocotó que os dois gostam de consumir e que ela carrega dentro da bolsa para lanche no trabalho. Juliana prefere a embalagem de vidro, que às vezes é até R\$ 0,20 mais cara do que a da embalagem longa vida. Só que a embalagem cartonada, segundo Juliana, possui um ciclo de vida pequeno, difícil decomposição e não é possível ser destinada para a reciclagem no estado do Rio

de Janeiro. Mas, pelo vidro ser pesado para ela carregar, estando grávida, Roberto prefere comprar a de embalagem longa vida. Neste caso, ela compra das duas, uma ela consome em casa e a outra carrega na bolsa para o lanche.

Produtos muito embalados ou com isopor geralmente são rejeitados pela maior parte deste grupo. Segundo Rafaela, o primeiro passo é produzir pouco lixo, através do consumo de produtos pouco embalados, o que consegue fazer com boa parte das compras realizadas através da Rede Ecológica, onde os produtos frescos são todos vendidos a granel e os secos armazenados com pouca embalagem. Ela relata, inclusive, a história de um fornecedor que queria enviar o produto todo embalado e eles brigaram para que isso não acontecesse. Exemplo dado também por outros ambientalistas que procuram adquirir produtos pouco embalados.

“(…) inclusive brigamos com alguns produtores que faziam questão de fornecer o alho num saquinho com bilhetinho, tudo bonitinho, mas a gente não quis. A gente queria a granel. Não faz parte do sistema, o nosso sistema é reduzir e reaproveitar e reutilizar, são os três ‘R’. A gente produz muito menos lixo do que as pessoas que compram no supermercado” – Rafaela

“Então eu tento ver qual tem menos embalagem. Eu usava um *Carefree* que vinha numa caixinha de papel e eles vinham todos soltinhos. E depois passou a ser cada um embrulhado num plástico e eu fiquei revoltada com isso, queria o outro e não um papelzinho pra cada *Carefree*. E acabei encontrando outro de uma marca inferior, que não é tão bom quanto aquele, mas que vem só os *Carefree* soltos na caixinha” – Camila

A redução do volume dos resíduos é realizada também através do aproveitamento integral dos alimentos. Neste sentido, Luciana e Juliana buscam transformar todas as partes do alimento em comida, o que não significa que em alguns momentos isso possa não acontecer. Marcelo, por sua vez, apesar de conhecer a técnica, acredita que o uso integral dos alimentos é melhor na feitura de doces e como não é “amigo” de doce, prefere não realizar esta etapa.

“Então, casca, talos, essas coisas... Só quando realmente precisa ser uma coisa mais processada e a gente não está com tempo de fazer, tipo, casca de melão... Eu guardei até, mas eu não vou conseguir fazer. Então, ele vai virar composto [adubo]. Não vou conseguir fazer um salgado, um doce, nem nada. Aí vai virar composto. Mas, talo da salsinha, talo da couve, nada disso é desperdiçado. Tudo é alimento, normalmente” – Luciana

“Se eu fosse mais rigoroso poderia dar destino às cascas, mas, invariavelmente, elas são melhor aproveitadas na forma de doce e eu não quero. Não sou amigo de doce. Não vou pegar a casca de banana pra fazer doce. Se alguém quiser, eu dou. Tem umas questões que vão se ajustando ao dia a dia e o norte magnético da bússola é esse” – Marcelo

Cinco destes ambientalistas possuem, em suas residências, uma estrutura para transformação de matéria orgânica em adubo, reduzindo a necessidade de transportar este resíduo para um local adequado bem como seu tratamento. Rogério, como possui quintal, aproveita um pequeno espaço da propriedade e acondiciona a matéria orgânica diretamente no solo recobrando-a com folhas secas e permitindo que o próprio ambiente realize a transformação. O jardineiro, responsável pela compostagem, revira o material de vez em quando com o objetivo de acelerar o processo através da circulação do ar, necessária aos micro-organismos presentes na terra. Juliana, que também reside em uma casa, realiza a compostagem enterrando a matéria orgânica nos vasos de planta e no solo próximo à única árvore do quintal. A casa, que Juliana comprou no período em que a convidei para participar da pesquisa, possui a maior parte do terreno recoberto por cimento, o que a inviabiliza de reproduzir um processo semelhante ao realizado por Rogério. Alex e Luciana, por morarem em um apartamento, não possuem uma área externa. Eles montam o sistema de composteiras em duas caixas organizadoras, onde colocam a matéria orgânica entre camadas de terra seca e terra adubada. Para acelerar o processo, eles utilizam minhocas. Estas composteiras ficam acondicionadas embaixo de um dos móveis da cozinha. Marcelo é único que possui uma composteira com minhocas vendida no mercado, que é administrada por sua empregada doméstica. Dos que não possuem, Arthur foi o único que comentou que gostaria de implantar o sistema e já está estudando um local apropriado para instalar um sistema de compostagem em seu apartamento.

A redução do volume de lixo acontece também no local de trabalho, como evitar a impressão de documentos desnecessários, imprimir nos dois versos da folha ou a utilização de papel rascunho e a substituição de copos descartáveis por canecas, algo que pode ser, inclusive, uma iniciativa da empresa em que trabalham. É o que acontece dentro do Arquivo Nacional, onde houve a distribuição de canecas de plástico para os seus funcionários com o intuito de diminuir a quantidade de copos descartáveis utilizados. Quando estive na sala do Gabriel, não vi a caneca distribuída pelo Arquivo Nacional sobre a mesa, então, perguntei que tipo de copo ele utilizava, foi quando ele

explicou que a sua estava dentro do armário, que era utilizada para beber água. O problema era eliminar o copo descartável para o consumo do café. Ele não queria beber água no mesmo recipiente do café por causa da transferência de sabor. Então, o ideal, segundo ele, seria trazer uma caneca de cerâmica de casa, mas sempre esquece. *“É uma coisa que eu ainda tenho que fazer”*.

Por tentar compreender o impacto das suas ações da forma mais holística possível, considerando todo o ciclo de vida dos produtos, desde a extração dos recursos naturais até o descarte pós-consumo, em suas práticas de compras, Luciana considera a durabilidade destes como uma forma de burlar a obsolescência programada adquirindo a garantia estendida e buscando cuidar das coisas que possui para que durem mais, prolongando o seu ciclo de vida, reduzindo a necessidade de adquirir novos produtos e, ao mesmo tempo, a quantidade de resíduos que gera.

“A questão ambiental quando ela é agregada desse valor social, ou até quando você a percebe da forma mais holística possível, você a vê em todas as partes. Você a vê no próximo, no cuidado que você tem com as suas coisas para que elas durem. Você enxerga a cadeia produtiva de um modo geral. Cada material que você usa, ele não é só um material que está aqui disponível para você, ele tem origem de um recurso natural, ele passou por um processo que usou insumos, energia, água... Enfim, ele passou por todo esse processo para chegar até você e é importante que você tenha cuidado com ele para evitar que esse processo precise ser refeito. Então, a questão da durabilidade dos materiais que eu consumo é importante” – Luciana

Uma unanimidade entre estes ambientalistas é o uso das sacolas retornáveis e a racionalização do uso das sacolas plásticas fornecidas pelo supermercado. Para eles, as sacolas retornáveis são uma ferramenta para reduzir a quantidade de sacolas plásticas que serão simplesmente descartadas como lixo. Nenhum deles é contra a reutilização das sacolas plásticas fornecidas pelos supermercados para armazenamento dos resíduos, como será detalhado no próximo capítulo.

4.3. Pedalando pela cidade

*“Qual será o meio de transporte mais eficiente para atravessar a cidade em um horário que milhares de cariocas ficam presos no trânsito na volta para casa?”*⁴⁰ – Esta é a pergunta feita pela ONG Transporte Ativo, na sexta edição do Desafio Intermodal Carioca realizado em setembro de 2011. O desafio contou com a participação de 15 voluntários que utilizaram diferentes modalidades de transportes em um deslocamento de aproximadamente 16 km, entre a Central do Brasil, região central do município do Rio de Janeiro, e a Praça Antero de Quental, no Leblon, zona sul carioca. O desafio avalia não somente o tempo de deslocamento, mas a segurança, o conforto, a praticidade, a velocidade, o custo financeiro e a emissão de poluentes atmosféricos, como o gás carbônico (CO₂). Não é uma novidade, para boa parte dos ambientalistas da pesquisa, o fato da bicicleta estar na primeira colocação do *ranking*, mesmo considerando que nem todos estão familiarizados com as regras do Desafio Intermodal. Sendo que o metrô conjugado com outros modais, como patins, bicicleta, pública ou não, ou o sistema de integração oferecido pelo próprio metrô, estão sempre se revezando nas primeiras colocações de todas as edições do Desafio.

Não é a toa que parte dos ambientalistas escolheu ou o transporte público (mesmo com todos os problemas relatados por eles) ou a bicicleta como principal meio de transporte. Dos treze ambientalistas, somente um deles não falou sobre o uso da bicicleta como meio de locomoção, um é simpático a esta modalidade apesar de não adotá-la, três são adeptos para deslocamentos de curta distância na região em que moram, enquanto oito deles adotam a “magrela” como principal meio de deslocamento, sendo quatro destes ciclo ativistas, isto é, eles estimulam a prática do uso da bicicleta como meio de transporte. Virgínia comenta sobre o fato de considerar a bicicleta *“um meio de transporte saudável pra quem faz, que traz menos carro para as ruas, [gera] menos trânsito e menos combustível sendo gasto”*. Alex fala sobre outras vantagens da bicicleta.

“É limpo no sentido de não gerar gases tóxicos e aumentar a poluição da atmosfera, e porque conquistei muita coisa através da bicicleta. Muitos amigos, muita satisfação pessoal por pedalar e fazer isso conscientemente e incentivar outras pessoas. Então, tenho um prazer e uma satisfação pessoal muito grande em usar a bicicleta como meio de transporte” – Alex

⁴⁰ Informação retirada do documento “VI Desafio Intermodal Carioca 09/2011” disponível na seção “Relatórios” do endereço eletrônico da ONG Transporte Ativo. Acessado em 20 de julho de 2011 em http://www.ta.org.br/site/area/arquivos2/relatorio_dirj_2011.pdf.

Alex e Luciana são voluntários na ONG Transporte Ativo, que busca fomentar o uso da bicicleta como modal de transporte. Já Arthur e Virgínia atuam na iniciativa “*Bike Anjo*”, que auxilia as pessoas interessadas em usar a bicicleta em seus trajetos, fornecendo mapas, dicas de como se comportar no trânsito e, quando necessário ou solicitado, eles também acompanham os interessados em alguns trajetos para que estes adquiram segurança ao manobrar a bicicleta nas vias cariocas. A Virgínia explica a importância desta iniciativa ao levar mais pessoas com bicicletas para rua e, assim, demandar faixas diferenciadas para os ciclistas nas ruas.

“E o ‘*Bike Anjo*’ é uma iniciativa que nasceu em São Paulo, que são voluntários que já tem uma experiência de andar no trânsito [de bicicleta] e eles se propõem a auxiliar as pessoas a andar pelo trânsito. Eles acompanham as pessoas ao lado e vai dando as dicas de como andar no trânsito, dá uma ideia do Código de Trânsito Brasileiro, e a pessoa vai ganhando confiança. Tem um site e você coloca o trajeto que você quer fazer e os voluntários consultam a lista de pedidos e quando vão por um trajeto similar, você faz contato com a pessoa e marca. Aí você vai junto da pessoa. E pode ter um pedido de ajuda de só querer saber o melhor trajeto a seguir, aí fazem um mapa *online* e te entregam, e podem tirar as dúvidas. Muitas pessoas no meu trabalho gostariam de ir, mas acham muito perigoso e se tivesse ciclo faixa seria mais fácil. Mas, enquanto não tem, é uma forma de você levar as pessoas pras ruas porque a partir do momento que a demanda aumenta, também a prefeitura e o governo começam a querer investir mais”.

Mas, mesmo para quem acredita que andar de bicicleta seja o melhor para si e para a cidade, não significa que seja fácil. Para Camila andar de bicicleta ainda é um desafio muito grande, o que não a impede de sair com sua “magrela” e levar alguns tombos. Virgínia reclama que o trânsito não está preparado para você andar de bicicleta. Ela mesma levou três anos andando de bicicleta somente aos finais de semana até ter coragem para enfrentar o trânsito carioca.

Entretanto, o fato destes ambientalistas serem adeptos ou simpatizantes ao “camelo” não significa que não tenham carro ou que abdicaram deste modal de transporte. Juliana, por exemplo, utiliza a bicicleta em seu bairro, principalmente para ir ao supermercado, mas depois que engravidou e do nascimento da Amanda, o carro tornou-se um item necessário para alguns deslocamentos. Lucas já pensou em ir trabalhar de bicicleta, mas fez os cálculos e constatou que iria passar mais tempo se deslocando do que dentro da sala de aula, conforme relata:

“Por uma questão de coerência, as coisas que eu penso, que eu leio e que eu falo pras outras pessoas, eu procuro fazer disso minha prática diária. Agora, de vez em quando, encontro dificuldades pra poder levar isso à frente, por exemplo, eu uso carro pra ir dar aula em Madureira. Eu tentei encontrar uma alternativa, mas não foi possível. Eu tentei usar a bicicleta pra ir até o metrô do Cantagalo e depois pegar o metrô pra ir dar aula, chegar a Irajá e pegar um ônibus pra ir até a faculdade e depois fazer todo esse percurso de volta. Eu ia gastar mais tempo no trajeto, indo e voltando do que dando aula. Iria chegar em casa meia noite, pra dar aula no dia seguinte às seis horas da manhã. Então, eu me encontrei diante dessas impossibilidades. Com isso acabo aceitando essas obrigações de fazer as coisas não da forma como eu gostaria, mas que não tem outra alternativa (...)” – Lucas

Para compensar o uso do automóvel, tanto ele quanto Marcelo, que também por questões de compromissos profissionais não encontrou outra opção que não o carro, alegam que só abastecem o carro com álcool, mesmo quando o valor deste está bem acima que o da gasolina.

Arthur, que não tem carro, acha que ele é um modal interessante, “*mas não da forma como é utilizado hoje em dia, de forma abusiva*”. Carlos deliberadamente optou por não ter carro e Pedro, o único que não fez referência à bicicleta, utiliza o metrô e o táxi como meios de transporte prioritários.

Luciana, que durante muitos anos morou e trabalhou na zona sul do Rio de Janeiro, utilizando prioritariamente a bicicleta como meio de transporte, percebe na prática as dificuldades enfrentadas por quem utiliza o transporte coletivo. Moradora da zona norte e obrigada por questões profissionais a fazer grandes deslocamentos, ela relata a dificuldade de viver em uma sociedade que não privilegia o transporte público de qualidade. Algo que é compartilhado por Rogério, ao comentar a dificuldade de se deslocar através deste modal.

“A gente vendeu o carro, optou por vender o carro e quando a gente vendeu foi por que já não estava praticamente usando mesmo. Para tornar a cidade mais agradável para todos, porque o carro é um meio de transporte muito individual e traz consequências muito coletivas, negativas. A questão da poluição atmosférica, da ocupação do espaço urbano, o dispêndio de recursos públicos para manter as vias, para se manter esse sistema voltado para o carro. E a gente optou por meio de transporte coletivo, o uso da bicicleta ou até a pé, ou intercalar esses meios, como metrô com a pé, ônibus com metrô, enfim, a gente usa transporte público. Confesso que agora que a gente está aqui na zona norte é bem mais complicado. Você pegar todo o sentido do trânsito, estar sentado no ônibus lotado, vendo o cara sozinho no carro dele aí do lado com o ar condicionado ligado, feliz da vida. E você ali enlatado dentro do ônibus. Mas eu ainda acredito que essa é a saída, esse é o caminho, sabe? Que a gente tem que abdicar de alguns confortos pessoais para uma melhor distribuição dos benefícios, para uma qualidade de vida para todos e

não para poucos. O Milton Santos tem até uma frase muito bacana que ele diz: ‘a classe média ela não quer seus direitos’, porque teoricamente a gente deveria exigir os nossos direitos de cidadão, de ter um ônibus no qual a gente possa transitar com um determinado conforto, não ficar sendo esmagado lá. Ter o direito de poder comprar produtos de procedência correta, socialmente justo, ambientalmente também. Mas, a gente não quer os nossos direitos, a gente quer privilégios. E, aí, por conta desses privilégios, a gente sai ‘tratorando’ tudo pela frente não importa o que vai sobrar para o resto da sociedade, você quer os seus privilégios garantidos. E eu faço diariamente o exercício inverso de buscar os meus direitos e que os meus direitos sejam também direitos coletivos que tragam o bem comum” – Luciana

“O que mais sinto falta é de transporte público que funcione [comparando o transporte coletivo na Alemanha com o do Rio de Janeiro]. Aqui uso muito o carro. Lá eu vivia sem carro. Quando vejo um filme alemão e vejo as pessoas pegarem o bonde e o trem, lá sai toda hora. Mas aqui é horrível. Teve um evento do Sebrae no Porto, que é logo ali pertinho. De bicicleta são 15 minutos. De ônibus eu não sei como chegaria, teria de pegar um ônibus daqui pro centro, andar um tanto ou pegar outro ônibus e levaria 45 minutos ou uma hora. Num trajeto que de carro leva meia hora por conta de engarrafamentos e contra mãos, de dar a volta. Uma coisa...” – Rogério

4.4. Apagando as lâmpadas

*“A gente sabe que a energia que estamos consumindo está carimbada e com algum impacto ambiental, não vem de graça, quer dizer, a gente paga a conta da Light, mas além dessa conta financeira também tem a conta ambiental. Quanto menos a gente usar claro que a gente está causando menos impacto”
– Virgínia*

Quem não ouviu ou repetiu a frase: “*você acha que sou sócio da Light?*”. O hábito de apagar as luzes, aparelhos de televisão ou de som tornaram-se uma rotina para as mais diversas famílias que tinham como mote a questão acima e buscavam, principalmente durante a recessão econômica dos anos 1980 e 1990, diminuir os gastos, inclusive com energia elétrica. Camila é filha desta geração. Sempre foi educada para economizar energia, não por questões ambientais, como ela ressalta, mas por financeiras. O pai vigiava este tipo de desperdício em casa sempre perguntando aos filhos quando encontrava televisão ligada sem ninguém assistindo, lâmpada acesa em cômodos vazios: “*você acha que sou sócio da Light?*”. Uma frase clássica para Camila, que certamente fez parte de outras gerações e que era adaptada à empresa de abastecimento de água.

O que começou por uma questão econômica para estes ambientalistas mostrou-se como mais uma possibilidade de atuação responsável. A preocupação deles com relação ao consumo de energia volta-se para eletricidade, enquanto o consumo de gás natural não aparece muito em seus discursos. Quando questionados sobre o consumo de energia somente itens e hábitos vinculados ao consumo de energia elétrica, como aparelhos eletroeletrônicos e eletrodomésticos, apareceram em suas respostas.

Na escolha das lâmpadas, eles optam pelas fluorescentes consideradas mais econômicas. Entretanto, utilizando este tipo de lâmpada, eles descobrem que não sabem o que fazer para descartá-las corretamente e acabam armazenando-as em casa até que descubram qual seu melhor destino. Somente na casa do Rogério havia algumas lâmpadas de *LED*, segundo ele, em caráter de teste, próximo ao local onde ele gostaria de implantar o telhado verde.

Stand by desligados ou todos os aparelhos conectados a um filtro de linha sendo desligados a um só tempo evitam o desperdício de energia. É recente na memória destes ambientalistas o apagão elétrico do início do século bem como todas as instruções dadas pelo governo para que todos contribuíssem na economia necessária de energia. O resultado foi logo sentido na conta e foi possível perceber que a comodidade do *stand by* tinha seu preço. Outra iniciativa é a preferência por aparelhos com selo Procel A, indicando maior eficiência energética. Segundo Carlos, ele procura economizar energia de forma estrutural, adotando lâmpadas fluorescentes, eletrodomésticos com selo Procel A, desligar tudo quando sai de casa e, quando viajam, tiram todos os aparelhos da tomada. Sua economia está baseada na estrutura que montou. Não procura ficar economizando no dia a dia, uma economia denominada por ele como marginal.

“Não fico prestando muita atenção no consumo diário. Não vou deixar de... Se estou vendo televisão, eu quero assistir a TV com um som melhor. Então vou ligar a TV e o *home theater* e vou ter som *surround*. Apesar de que eu poderia muito bem ver TV só com ela ligada, não preciso do *home theater*, mas, nesse ponto de vista de consumo um pouco marginal, eu não fico pensando em fazer economia de migalha. Eu tento estruturar o consumo de energia no ponto de vista dos equipamentos” – Carlos

O que não significa que todos os ambientalistas conseguem implantar um sistema mais econômico em casa, com uma estrutura que não gere conflito com outros

membros da família. Lucas, por exemplo, tenta manter os pilotos desligados, mas perdeu a briga. Outra que ele perdeu foi a manutenção do filtro de barro substituído por um que, segundo ele, filtra água 24hs por dia. Para ele, esse tipo de desperdício, por si só, já justificaria construir mais hidroelétricas.

“Então por isso sou contra a construção da usina hidrelétrica de Belo Monte. Vai alagar uma grande área e tal, mas no caso todos os pilotos dos aparelhos estão ligados. Eu já tentei manter desligado, mas tive conflito com minha esposa. Ou então outro exemplo de momento de conflito foi quando tive um filtro que era daqueles tradicionais. Você joga a água por cima, ele filtra e sai a água por baixo. Minha mulher jogou aquele fora e comprou outro super moderno e que filtra água 24 horas. Eu não bebo água 24 horas, eu não preciso de água filtrada 24 horas, isso ao custo de energia elétrica. Então o erro foi meu. Se milhões de pessoas tem esse filtro já justifica porque Belo Monte será construída. A relação é essa” – Lucas

Para Pedro o consumo de energia está relacionado à capacidade de pagamento dos indivíduos. Enquanto puderem pagar, os indivíduos vão continuar gastando. Quando comprou o apartamento em que mora, por exemplo, trocou de energia elétrica para gás natural o sistema de boiler para aquecimento da água, porque a conta de energia era muito alta: *“O gás é muito mais barato que a luz elétrica”*. Não foi a questão ambiental que norteou sua decisão e sim a financeira. Para economizar, ele só utiliza lâmpadas fluorescentes e evita deixar os aparelhos no *stand by*, *“mas nem sempre acontece. Às vezes, eu deixo ligado”*. Acredita que poderia economizar mais energia, entretanto, confessa que enquanto conseguir pagar a conta de energia o seu comportamento não mudará.

“Enquanto está num nível tolerável de pagamento, a gente não toma as medidas cabíveis pra ter um consumo mínimo possível, mas eu tenho pouco material de consumo de energia em casa. Procuro usar, sempre que possível, a luz do sol, mas tenho a consciência de que posso melhorar, posso baixar o meu consumo. Acredito que a gente não baixa o consumo enquanto consegue pagar. Acho que isso está muito associado à capacidade de pagamento. Acho que é muito difícil você baixar mais o consumo e ser coerente com seu discurso se está podendo pagar aquele custo” – Pedro

Mas, algumas coisas incomodam alguns destes ambientalistas, seja por questões estruturais seja por falta de informação sobre qual a melhor atitude a ser tomada. Luciana se recente da falta de estudos sobre o ciclo de vida dos produtos o que

impossibilita que ela possa tomar a melhor decisão possível, questionando, por exemplo, a falta de informação sobre qual decisão causa o menor impacto: trocar um aparelho antigo que já está dando problema por um novo que consome menos energia, ou consertar o aparelho antigo, sem descartá-lo? Em termos ambientais, qual seria a melhor opção? A economia de energia do aparelho novo bem como a sua produção compensaria o resíduo gerado pelo aparelho antigo?

“Algumas coisas são complicadas, tipo a gente passou um tempão querendo trocar o computador. Assim, meio que precisando... E aí você fica naquela, assim: mantém o que está, que era um monitor com aquele tubo, monitor tipo de TV, com aquele tubo que eu esqueci o nome, que consome muito mais energia, enfim... E com o tempo você vai trocando as peças e aquelas peças acabam virando lixo. E aí mantém o que está e você faz um *upgrade* e tal ou compra um novo que usou matéria prima, usou todo esse processo etc.. Mas, que aí vai ter uma tela que é muito mais econômica. O *laptop*, que a gente comprou de um modo geral consome muito menos energia. Então, às vezes a gente fica meio na dúvida, até porque não tem um estudo específico do ciclo de vida de cada um deles para poder comparar. E na maioria das vezes vai no senso comum mesmo, no bom senso. Mas a gente levou esse computador até onde deu. Agora, como eu precisava de um computador com uma capacidade maior e tal, a gente trocou. E aí, quer dizer, esse outro vai ser usado, tem o fato de você estar sendo responsável aí na cadeia por produção, por extração de matéria prima, por esse gasto todo energético e de insumo no processo, mas, por outro lado, você vai ter a economia que será feita em casa. É um computador que a gente comprou com um ano de garantia mais dois anos de garantia estendida. Então, durante três anos, a gente sabe que ele vai ser o nosso computador. Não tem essa de querer trocar ou qualquer coisa assim. A gente tem optado bastante por esse sistema de garantia estendida para incentivar que os bens sejam cada vez mais duráveis, menos perecíveis, para desincentivar a obsolescência programada. Porque se o cara tem uma garantia tão grande assim ele certamente também vai garantir que o produto dele dure tanto para não dar problema” – Luciana

A fonte da energia, hidroelétrica e nuclear, e a falta de investimento em energia solar e eólica aparecem em suas críticas aos investimentos realizados pelo governo no setor energético. É o que Gabriel comenta: “(...) *o que precisamos em termos de energia é que haja um investimento dos governos pro desenvolvimento de energia renovável pra minimizar o impacto do uso dos combustíveis fósseis*”. Camila reclama da falta de opção dos consumidores, que o consumidor deveria ter o direito, assim como em outros países, de escolher se quer comprar a energia nuclear (fazendo referência à energia proveniente de Angra), a hidroelétrica, a solar ou a eólica. Assim como decidir arcar com os custos de uma energia mais limpa e compatível com suas crenças.

“Por enquanto não existe essa opção [de escolha], também na questão de energia, em alguns países da Europa você tem a opção de pagar pela energia que você quer. Se quiser pagar pela solar ou pela eólica. E aqui a gente não tem, é obrigado a consumir um tipo de energia e é obrigado a ter Angra 3, Belo Monte, não temos opção” – Camila

Na casa de Rogério há utilização de energia solar para o aquecimento de água, inclusive para máquina de lavar louça. Ele acredita que o consumo da sua família é abaixo da média brasileira: *“Acho que meu relógio está quebrado, porque está tão baixo que eu não acredito mais. A gente morava em um apartamento de três quartos antes e gastávamos mais com energia elétrica do que gasta agora que é um casarão grande”*. Rogério possui um aquecedor solar de baixo custo, que ele mesmo montou e ensina outras pessoas a montarem. Para ele, a não popularização da energia solar nas casas é fruto da falta de produto voltado para a população de baixa renda e da ausência da compreensão de que a implantação de um sistema destes é um investimento onde, depois de um tempo, há um retorno do capital investido. E a maioria das pessoas, assim como os bancos, não mudou ainda sua visão sobre isto.

“Tem a ver com consumo, com oferta e demanda do mercado. Um grande empecilho [é que] simplesmente não tem o produto pra baixa renda. Eu dou curso, mas sei que a maioria das pessoas não consegue construir, queria comprar uma coisa barata pra colocar em cima do telhado e não existe isso. Nesse sentido estou trabalhando com consumo também. Outro dilema que vejo é as pessoas acharem que o aquecimento de R\$ 1.500,00 é muito caro, mas compram TV e gastam bem mais do que isso. E os bancos dão o mesmo crédito pros dois, eles enxergam um bem de investimento, que é o aquecimento solar, também como um bem de consumo e é completamente diferente porque o bem de consumo acaba, ele se desgasta e tem de repor. Ao contrário do bem de investimento que você compra e começa a economizar dinheiro, é muito mais sustentável porque o dinheiro retorna depois de um tempo. Então pros bancos o retorno do dinheiro é muito mais garantido. Alguns bancos estão começando a enxergar isso, mas ainda não é o ideal. E a orientação pra bens de consumo é muito forte, mas pra bens de investimento ainda falta a cultura no Brasil. Falta a confiança de que vai realmente [ter] o retorno e não a hiperinflação que vai comer todo o meu investimento daqui a um ano e outro governo entrar e mudar completamente as regras. Tudo isso influencia. E faz pouco tempo que isso era realidade no Brasil, ainda está muito vivo na mente das pessoas. Eu vivi isso aqui, hiperinflação. É uma coisa absurda” – Rogério

A questão da estrutura do imóvel alugado também é outro problema. Assim como no caso da água, existem questões estruturais que poderiam tornar uma casa mais

econômica. Alex, por exemplo, como não mora em apartamento próprio não pode alterar a estrutura para torná-la mais eficiente, mas, dentro do que é possível, ele fez.

“Nós trocamos uma fiação que estava esquentando porque, quando esquentava a fiação na caixa de luz, você está desperdiçando energia. A energia está virando calor e você está desperdiçando. O ideal seria trocar mais coisas, mas o apartamento não é nosso, então deixa pra lá” – Alex

4.5. Preocupações ambientais à mesa

“Eu evito os industrializados e processados, mas eles fazem parte da minha vida” – Arthur

As recomendações que encontramos com relação à alimentação mais alinhada com a questão socioambiental são voltadas para: 1) o consumo de alimentos orgânicos e naturais, preferencialmente alimentos da estação, produzidos próximo ao local de aquisição, reduzindo o uso do agrotóxico e da emissão de poluentes através do transporte; 2) a redução do alto consumo de proteínas (carne animal), industrializados e *fast food* e, conseqüentemente, da quantidade de embalagens; 3) a realização de uma lista de compras o que evitaria a compra de produtos que não serão consumidos bem como o desperdício dos mesmos; 4) o estímulo ao cardápio variado de frutas, verduras e legumes, promovendo uma alimentação mais saudável, incentivando uma produção mais diversificada de produtos e gerando mais renda para o trabalhador rural; dentre outras.

Entre os ambientalistas que participaram da pesquisa, temos os que buscam se alimentar preferencialmente de produtos orgânicos e/ou alimentos da estação, produzidos no estado do Rio de Janeiro ou vizinhos. Entretanto, de forma geral, o acesso aos produtos orgânicos, ou porque não estão à venda em seu bairro ou quando tem são produtos muito embalados, não muito frescos e caros se comparados aos similares com agrotóxicos, não é a regra, e sim a exceção. Dos ambientalistas que pude acompanhar as compras, somente Virgínia, Rafaela e Lucas compraram produtos orgânicos. Lucas até o meio da pesquisa ainda tinha um conflito com a esposa que, segundo ele, apesar de ser educadora ambiental, não era a favor da compra dos

alimentos orgânicos. Na última vez em que o encontrei, ele comentou satisfeito que este problema havia sido resolvido. Pedro, assim como Lucas, tinha duas compras em casa, uma de orgânicos e outra de plantações com agrotóxico. Mas Pedro não teve a mesma sorte de Lucas e acabou desistindo dos orgânicos por não conseguir mudar os hábitos da mãe.

“Tentei há um tempo atrás comer somente produtos orgânicos, mas o problema deles é o preço, é bem mais caro e não tem tudo que a gente precisa sempre, o que é típico da produção de orgânicos. Eles fazem quando é possível e não quando a gente precisa. Eu baixei a compra desses orgânicos porque como faço compras pra minha mãe e pra mim... Ela tem hábitos ainda diferentes dos orgânicos e na hora que vai pra empregada fica o orgânico separado do não orgânico, mas na hora de fazer ela mistura tudo e não adianta” – Pedro

A dificuldade para adquirir produtos orgânicos também é relatada por Rogério que não possui próximo à sua casa um supermercado que lhe forneça esse tipo de produto. Rogério comenta já consumiu muitos produtos orgânicos, tanto na época em que morava na Alemanha quanto no Brasil, no período em que foi associado da Rede Ecológica. Mas hoje não faz mais parte da Rede Ecológica, nem tem acesso a este tipo de produtos na região em que mora. Como tem um bom espaço físico em sua casa, ele cultiva vários tipos de árvores frutíferas, como abacateiro, pitangueira, mamoeiro e limoeiro, procurando não utilizar nenhum tipo de produtos químicos, mas, às vezes, não consegue manter este ideal.

“(…) A gente planta também, temos certas frutas aqui em casa e eu procuro não usar produtos químicos, o que é difícil por causa da bicharada tropical. Os carrapatos, por exemplo, mas é muito complicado. Acabei aplicando produto químico, então não consigo manter sempre esse ideal” – Rogério

A lista de compra, como será mostrada no próximo capítulo, seja física ou mental, é uma prática entre eles. Além disto, pelo menos um dos ambientalistas ressaltou que só faz as compras quando está bem alimentado, evitando comprar produtos por impulso. O prato colorido e variado apareceu em alguns lares, na aquisição de diferentes tipos de frutas e verduras. Mas, os produtos processados, como os congelados ou os prontos também fazem parte do cotidiano destes ambientalistas. E cada um deles tem uma especificidade em suas escolhas ora por uma questão de gosto

individual ou do casal, ora por ser um alimento mais saudável ou por ser prático na hora de carregar na bolsa e servir de lanche fora de casa. Produtos congelados, fáceis e rápidos de serem processados acabam virando rotina para aqueles que não possuem tempo livre nem uma empregada doméstica que possa realizar o serviço de casa. Juliana, por exemplo, assume que é “*escrava de alguns enlatados*”, mas, como contraponto, sua alimentação é composta por muitas frutas e verduras, alimentos que ela compra na venda próximo à sua casa e que são cultivados nos municípios vizinhos ao seu. Marcelo procura comer mais produtos *in natura*, como frutas, verduras e muito pão, o Pão do Bento, um pão mais natural. Lucas opta por alimentos orgânicos, mas não é radical. Ele dá preferência, mas se não tiver ou, ainda, se vir algum produto que goste e que não está na seção de orgânico, compra mesmo assim.

A aceleração da vida profissional e a praticidade de alguns produtos faz com que estes entrem na lista de compras e os produtos perecíveis saiam. É o caso de Carlos que está com a vida profissional muito acelerada, com muitas viagens. Então, para não correr o risco de perder os produtos perecíveis opta por comprar produtos não perecíveis, mas busca sempre os da linha ou do orgânico ou “mais saúde”.

“Eles [os produtos] são em sua maioria industrializados, a grande maioria, dessa grande maioria de industrializados alguns são processados. Estamos comprando mais produtos industrializados e digamos não perecíveis do que a gente gostaria em função dessa aceleração da agenda profissional. Temos ficado menos em casa e viajado muito, inclusive fim de semana. Então, estamos com uma dificuldade de gerenciar o prazo de validade das coisas. O que nos leva a comprar cada vez mais de coisas que possamos congelar e, geralmente, essas coisas são industrializadas. Disso a gente opta, às vezes, por uma linha de orgânicos ou uma linha de ‘mais saúde’. Por exemplo, desnatados ou sem gorduras *Trans*, essas coisas a gente tenta dar a preferência. Por exemplo, faz tempo que só consumimos açúcar orgânico, é um item fácil porque não é perecível. Outro que temos consumido é arroz integral orgânico. Uma vez ou outra quando a gente compra frutas temos comprado, por exemplo, morango orgânico com frequência. No inverno que passou compramos praticamente só do orgânico. Mas, em geral, estamos com uma pauta de compras muito industrializada e não perecíveis, ou menos perecíveis” – Carlos

Luciana, pela mesma razão, só compra o que consegue preparar na hora. Em uma das vezes que a acompanhei às compras na rede varejista Hortifruti, assim que ela chegou à sua casa, já começou a preparar os produtos, alegando: “*agora é assim. Se deixar pra depois, eles perdem!*”.

Os transgênicos apresentam-se como um problema na hora da escolha. Dos 13 ambientalistas, 11 se posicionaram contra os produtos transgênicos e procuram não consumir produtos que contenham OGM. A grande dificuldade destes ambientalistas que participaram da pesquisa é a falta de informação sobre os produtos que são transgênicos. Luciana, na dúvida, compra somente óleos à base de canola e girassol, duas sementes que ainda não foi liberada a comercialização na versão geneticamente modificada. Lucas, assim como Alex, segue a cartilha do ONG Greenpeace que contém a lista dos produtos que podem conter ingredientes OGM⁴¹, mas critica o fato de não termos um instituto que mantenha uma lista de produtos não somente livres de transgênicos como também os considerados social e ambientalmente melhores. Além disso, ele explica porque é contra a produção de sementes transgênicas:

“Procuro não consumir e sou contra produtos transgênicos. A proposta de se criar esses produtos, o argumento que eles dizem em defesa é que vai aumentar a produtividade e com isso você vai diminuir a fome. Só que o problema da fome hoje não é de produção, o problema é a má distribuição de produtos e comida. A ideia de você concentrar toda a produção mundial sobre o controle de cinco ou seis empresas que vão dominar os transgênicos é você provocar a fome, porque eles vão controlar os preços, dizer quanto que vai custar e quem puder pagar, paga e quem não puder... E como o pólen da planta transgênica contamina o da não transgênica, não vai ser dada a possibilidade de escolha pra quem não quer consumir os produtos não transgênicos. (...) Eu tenho aquela cartilha do Greenpeace e já teve determinados produtos como Maggi, Lacta, quais são os transgênicos e quais não são, e procuro orientar meu consumo por isso” – Lucas

Ser ambientalista não necessariamente significa ser vegetariano. Pelo menos, não para os ambientalistas da pesquisa. Não que a carne não apareça em suas falas como um problema, um conflito, um desafio ou um desabafo, do tipo: “adoro

⁴¹ A ONG Greenpeace trabalha com o princípio da precaução, isto é, “a garantia contra os riscos potenciais que, de acordo com o estado atual do conhecimento, não podem ser ainda identificados. Este Princípio afirma que a ausência da certeza científica formal, a existência de um risco de um dano sério ou irreversível requer a implementação de medidas que possam prever este dano” (Informação obtida através do endereço eletrônico da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Acessado em 13 de janeiro de 2013 em <http://www.bioetica.ufrgs.br/precau.htm>). No período em que o Guia do Consumidor, com a lista de empresas e marcas que utilizavam transgênico na elaboração dos seus produtos, foi elaborado, a ONG Greenpeace entrava em contato com as empresas e marcas listadas no Guia e questionava sobre o emprego da soja e do milho transgênico em seu processo de produção. As empresas que optavam por não responder sobre sua política de utilização de ingredientes transgênicos eram alocadas na lista negra ou vermelha, dependendo do ano de edição do Guia, sendo classificadas como empresas que não garantem uma produção livre de transgênicos (Greenpeace, 2005, p. 33; Informação acessada no site da ONG Greenpeace: “O Guia do Consumidor: lista de produtos com e sem transgênicos”, em 13 de janeiro de 2013, disponível no endereço eletrônico: http://www.greenpeace.org/brasil/Global/brasil/report/2007/6/greenpeacebr_061127_transgenicos_gui_a_consumidor_port_v1.pdf).

carne!”. Dos 13, duas ambientalistas são vegetarianas e seis deles reduziram a quantidade de carne que consomem, destes dois tentaram ser vegetarianos, mas não conseguiram. A carne, ou a forma como a carne é produzida, é considerado um problema para alguns deles.

“(…) Na questão da alimentação, eu não sou vegetariana, eu também acho que é um processo, ainda não consegui chegar lá porque eu tenho de superar alguns outros passos pra chegar lá, que é gostar de algumas comidas que eu não gosto. Eu tento pelo menos uma vez por semana, que nem a ‘Segunda-feira sem carne’⁴², ficar sem carne. Eu não ligo muito pra carne, tipo bife. Eu como mais é um salgado na rua que tem um presunto, essa é a minha dificuldade (…)” – Camila

Marcelo, que já tentou por duas vezes parar de comer carne, comenta a importância de saber a origem da carne que se consome, que haja uma certificação da mesma para que esta não seja proveniente do desmatamento, de trabalho escravo ou que não leve em consideração o bem estar animal.

“Certificar que não é em área ambientalmente imprópria, que não tem escravidão infantil e que leva em conta o bem estar animal. A evolução da sociedade de consumo passa por aí. – ‘ah, ta comendo bicho...’. Bom, posto que nem todos nós estejamos preparados pra ser ou vegetarianos ou veganos, que se coma carne do jeito certo, e o jeito certo é esse” – Marcelo

Tanto Virgínia quanto Rafaela são exceção neste processo. Não comem carne e procuram consumir pouco leite, de preferência leite de cabra da Feira Orgânica e Cultural da Glória, onde encontram o leite de cabra oriundo da produção de pequeno rebanho. Buscam fazer a comida em casa e fora de casa procuram frequentar restaurantes que saibam a procedência dos alimentos. Foram as únicas ambientalistas a relatar que escolhem o local de consumo alimentar fora de casa segundo os mesmos preceitos de suas compras: restaurantes orgânicos e vegetarianos. Em suas compras, os produtos são quase todos orgânicos e oriundos da economia solidária. De enlatados só presenciei a compra do palmito e do *tofu* orgânicos.

⁴² Camila faz alusão à campanha “Segunda sem Carne”, existente em vários países e que tem o intuito de conscientizar as pessoas sobre o impacto do consumo de carne para a saúde humana, o meio ambiente e os animais. No Brasil é possível encontrar mais informações sobre a campanha no endereço eletrônico: <http://www.segundasemcarne.com.br/>.

“A gente não está comendo mais nenhum animal. É uma casa vegetariana aqui, não tem carne. Eu como ovo de vez em quando, mas eu cozinho em casa, e tenho procurado substituir tudo de forma mais tranquila. Por exemplo, o leite, a gente tem vacilado um pouquinho e tem consumido mais leite. Mas de fato isso é uma coisa que já tínhamos cortado antes e estamos cortando de novo. Mas você viu o café, agora ela [Virgínia] tomou sem leite. Temos procurado consumir menos derivados de animal, mas ovo é meio difícil. (...) Não digo que todo mundo tem de virar vegetariano, eu digo que a industrialização da carne virou um sistema, é uma das faces mais tristes nessa questão de alimentação. Eu entendo que tem pessoas que tem necessidade e gostam de comer carne, mas eles têm que reduzir o consumo drasticamente e aumentar a qualidade da vida dos bichos, e também do alimento, mas eu mesma não como. As pessoas vêm falar comigo e percebem a ideologia, ideologia é boa quando ela não está tão longe das suas necessidades. Eu posso ser um ambientalista no papel, mas aí eu não sou ambientalista. Tudo aquilo que eu digo é o que eu sinto que é bom pra mim e pros outros” – Rafaela

Se por um lado temos Virgínia e Rafaela que buscam uma alimentação mais voltada para aspectos sociais e ambientais, no extremo oposto temos Arthur, que quando convidado a participar da pesquisa avisou logo que suas compras de alimentos não eram conscientes. Com uma despensa pequena, um ritmo de vida corrido, Arthur e a prima, Renata, abastecem a despensa e a geladeira com produtos processados (como barras de cereal, isotônicos, biscoitos, macarrão instantâneo tipo *Miojo*) ou semi-prontos, como lasanhas. No freezer tinham vários *hamburgers*, que haviam sido comprados por seu tio, pai da Renata, dono do apartamento. Arthur relatou que ele é exagerado e se, quando ele vem, está faltando algum item que ele costuma consumir, ele sai e compra um monte, como as três caixas de *hamburgers* que se encontravam no refrigerador. Na hora de comprar os produtos, Arthur não verifica a procedência dos produtos nem se são orgânicos, como descreve a seguir:

“Eu não tenho essa restrição em relação a alimento. Eu compro feijão e arroz e não verifico a procedência. Eu compro como o marido atual da minha mãe me ensinou, feijão tem de estar bonitinho e brilhoso, é o que eu pego. Não tenho esse negócio de consumo de alimento orgânico, hidropônico e outras coisas” – Arthur

Neste sentido, Rafaela, definitivamente, parece ser o avesso da Arthur com relação à escolha dos alimentos.

“O consumidor tem as questões como ‘comprar local’, parece burrice, mas é importante. Na Rede, por exemplo, eles não compram tudo local. Nos

frescos, temos um contato com um produtor de morangos no Rio Grande do Sul; deixa os gaúchos comprarem morango do Rio Grande do Sul, a gente compra do estado do Rio e no máximo de Minas. E, assim, você consegue diminuir a questão de transporte, todos os resíduos que acontecem no transporte, tem de reduzir isso. Tudo que falei de agrotóxicos, comprando o que a gente compra, a gente não alimenta o mercado de agrotóxicos, não alimenta o sistema que é contra a saúde do produtor, da pessoa que transporta e que depois das pessoas que ingerem os alimentos. É um sistema que a gente corta. Somos só 150 famílias, mais as famílias que compram na feira, parece muito pouco, mas não é. Cada um alimenta na Rede, por exemplo, quinze produtores, famílias de produtores. É uma bola de neve mesmo, então o consumo é a base da mudança. Se a gente não mudar nosso jeito de consumir e de ver as coisas, querer consumir diferente, de consumir menos, mas com mais qualidade. Eu não gasto mais do que as outras pessoas, não gasto mais. Nem preciso dizer isso, eu gasto menos, eu compro o que preciso. Acontece, não sou anjo nenhum, aconteceu de eu jogar uma beralha fora se ela murchou, mas ter mais consciência no consumo significa alimentar um sistema completamente diferente. E se fizermos isso, nós vamos reduzir os custos sociais, os custos de saúde e os custos ambientais, mais especificamente falando de não colocar veneno no solo e não explorar o solo com monoculturas” – Rafaela

4.6. “Tudo corrobora para que você não seja ambientalista”: Restrições, conflitos, dificuldades e facilidades

“A maior dificuldade é você afrontar sua consciência. Seguir sua consciência nem sempre é fácil, mas é menos difícil do que você desautorizar sua consciência” – Marcelo

Como trabalhado no segundo capítulo, os papéis e identidade sociais são um diferenciador, um marcador social. E, segundo DaMatta (1978), para cada papel escolhido pelos sujeitos são estabelecidos socialmente direitos e deveres, onde as “ações podem ser previstas com razoável certeza” (p. 33). Os atores precisam estar atentos para atuar de forma coerente com o papel por eles selecionados, seja de pai, filho, médico, político, engenheiro, padre, policial ou bandido. Exercer uma identidade tem um custo inerente às obrigações sociais estipuladas para aquele dado papel, com comportamentos que podem ser consentidos ou não. Ser padre, por exemplo, exige uma série de custos sociais relacionados aos “‘votos’ que marcam a entrada do indivíduo no mundo sacerdotal e, simultaneamente, sua saída do cotidiano onde estava ligado a outros sub-universos de significados” (DAMATTA, 1978, p. 37). O conceito que DaMatta (1978) trabalha é com os custos envolvidos quando os sujeitos não conseguem desempenhar seus papéis previamente estabelecido pela sociedade, situações denominadas como não gramaticais. Podem ser momentos em que uma identidade

predomina sobre outra, como o caso do médico, que mesmo depois de chegar a casa continua agindo como médico com relação à esposa e filhos, ou onde há uma dificuldade em desempenhar o papel ou ainda nos casos em que as regras são inexistentes. Este pode ser o caso dos ambientalistas, uma identidade relativamente recente e em construção. Aos olhos da sociedade, ser ambientalista implica em uma série de deveres, não muito claros e nem sempre possíveis de serem cumpridos. Esta é a constatação da Juliana: *“E é o que acho mais difícil: ser ambientalista em qualquer ambiente, porque as pessoas não estão preparadas pra que você seja ambientalista”*. Quando questionados sobre se é fácil ou difícil agir de forma ambientalmente correta, tanto Rafaela quanto Rogério relatam a dificuldade de agir 100% de acordo com seus valores, ao mesmo tempo em que reclamam desta cobrança social.

“Eu acho muito difícil se você quiser chegar a 100%, ao ideal, ser um anjo ecológico na vida, anticapitalista ou ex-capitalista, sei lá. Como na questão do lixo, o condomínio tem regras de forma que a gente não consegue driblar ainda, então vamos juntos. (...) Acho difícil nessa questão de viagem, eu moro em dois países e preciso pegar avião. Se você pegar minha pegada ambiental ela vai ser muito escrota porque eu vou pra Alemanha uma ou duas vezes por ano. Isso é difícil. Eu não moro numa árvore ou num sítio autossustentável. Conheço pessoas que fazem isso, mas, se eles são o ideal, eu estou muito longe. Mais fácil pra mim significa simplesmente mudar o comportamento e chegar a certo nível de consciência que você naturalmente faz as escolhas, como pegar a bicicleta e não usar o carro” – Rafaela

“Não acho que é necessário ser ambientalista 150%. Às vezes tem uma cobrança de que quando você começa a ir numa direção ambientalista, as pessoas em volta exigem que você seja vegetariano, que abdique do carro, que você não faça mais viagem de avião, pedem tudo completo. E não acho que esse seja um caminho sustentável. Acho que pouca gente consegue fazer isso e por isso não adianta você exigir de uma pessoa tudo isso” – Rogério

Decisões simples podem demandar um cabedal de informações que nem sempre estão disponíveis. Esta parece ser uma das grandes dificuldades destes ambientalistas: acessar informações sobre os produtos e serviços que adquirem. E a questão não se restringe à procedência, como também, ao processo de produção e descarte adequado dos produtos pós-consumo. A inexistência de certas informações tem como consequência a falta de opção de escolha do consumidor, afinal, sem informação adequada sobre os produtos, seus componentes e impactos, as escolhas do consumidor se tornam limitadas. Em um mundo globalizado, onde é possível encontrar produtos de

diversas partes do mundo em qualquer loja de departamento ou supermercado, as informações sobre a história do produto não são tão acessíveis. A escolha de um computador, um item que faz parte da rotina de muitos brasileiros, pode te levar a perceber que as informações não estão disponíveis, seja porque o aparelho foi produzido do outro lado do mundo, seja porque seus componentes foram extraídos de diversos países. O que faz com que grupos de consumidores, especialmente os que estão preocupados com os impactos socioambientais de suas práticas, privilegiem a compra de produtos feitos “perto de casa”. O que não significa que os consumidores conseguirão ter acesso às informações. Mesmo a aquisição de um produto de uma marca brasileira não significa que você estará consumindo um produto nacional. A compra de um produto realizada em uma empresa como a Natura, que tem posicionamento claramente relacionado às questões socioambientais bem como ao uso sustentável da biodiversidade brasileira, pode te levar a adquirir produtos provenientes da Itália ou da República Popular da China, sem que a informação sobre a origem do produto esteja especificada na Revista Natura. Uma das vantagens apontadas pela aquisição dos produtos locais, por outro lado, está relacionada à redução da necessidade de grandes deslocamentos, diminuindo os impactos envolvidos no transporte, como a emissão de poluentes atmosféricos ou os causados pela água de lastro*.

Outra questão relacionada à falta de informação é a deficiência de informações sistematizadas sobre os produtos de forma que seja possível comparar quais produtos tem melhor desempenho social e ambiental. Haveria, segundo eles, a necessidade de definir um sistema comum que se pudesse contabilizar todas as variáveis, como emissão de poluentes, neutralização de carbono, economia de água, energia e matéria prima, transporte, em uma única fórmula. A discussão é provocada pelas diferentes iniciativas sociais e ambientais que eles não conseguem mensurar e definir qual a melhor. Qual produto escolher: um sabão em pó livre de fosfato ou um concentrado? Um produto que neutralizou sua emissão de carbono ou o similar cuja embalagem foi feita com matéria prima oriunda da reciclagem? Essa é uma das dificuldades assinalada por Alex, como analisar conjuntamente estas diferentes variáveis.

“De um modo geral acaba sendo difícil porque às vezes uma coisa tem menos embalagem, mas foi feita em Santa Catarina, veio de muito longe. (...) A dificuldade é essa: conseguir juntar todas as variáveis e elas serem no final

totalmente verde. Acaba que tenho de compensar de uma forma ou de outra. Tem menos embalagem, mas é feito muito longe, então tem um produto que é feito aqui perto, um produto mais local, mas tem mais embalagem. Isso só pra citar um exemplo” – Alex

Carlos também acredita que uma das dificuldades para adquirir produtos de forma mais consciente é a falta de informações padronizadas sobre estes de maneira que os consumidores não conseguem, hoje, avaliar se realmente o produto que estão levando para casa é o melhor em termos ambientais.

“Eu acho que uma grande dificuldade, até pra mim que sou um consumidor esclarecido porque trabalho com a questão, é a confusão de métricas, de certificações. Então, na verdade, é muito difícil comparar por que a gente está sempre comparando bananas com tomates e laranjas com maçãs (...)” – Carlos

Mas, mesmo tendo estas dificuldades, estes ambientalistas acreditam ser fácil agir de forma ambientalmente adequada por considerarem este um ato prazeroso, no sentido de que sabem a importância do que estão fazendo, de estarem agindo de acordo com da sua consciência e dos seus valores. Difícil, segundo eles, seria ir contra aquilo que você acredita. “*Mas, isso vai sendo cada vez mais uma mudança muito lenta no seu cotidiano fazendo com que não exista sacrifício em você fazer aquilo*”, comenta Arthur. Marcelo relaciona estas dificuldades a um exercício cotidiano.

“Eu me acostumei, pra mim está bom. É um exercício franciscano, toda hora a gente está se perguntando se precisa mesmo disso ou não. Qual o limite? O limite é uma escolha que não te violenta. Então eu não faço tudo que gostaria, eu faço tudo que posso fazer sem me violentar. Poderia não ter carro, mas não ter carro hoje seria um sacrifício importante dada à escalada de compromisso que tenho e a necessidade de deslocamento rápido íntegro no Rio de Janeiro. Eu não queria comer carne. Tentei parar duas vezes, mas não consegui. Reduzi drasticamente, mas não consegui zerar. Então a escolha menos aflitiva pra mim é comer menos. Eu vou lidando com as coisas dessa forma” – Marcelo

Nem sempre estas escolhas que podem ser difíceis ou prazerosas geram a paz em casa, entre os entes queridos. Em família, o ambientalista transforma-se em referência sobre o assunto e motivo de chacota. Em outros casos, os valores ambientais transformam-se em conflitos. É o que acontece com Carlos quando quer comprar um

produto mais caro por questões ambientais, ele precisa justificar a compra para a companheira. E assume que nem sempre ele ganha a briga. Lucas precisa negociar com a esposa suas práticas ambientais.

“(…) Aquilo que eu posso interferir, aquilo que eu posso fazer, que só me envolve, eu faço. Agora aquilo que envolve nós dois ou envolve só ela eu abro espaço pra ser da melhor forma possível. É uma negociação, uma conversa e aí a coisa acontece. Mas eu não consegui, por exemplo, fazê-la mudar de ideia sobre o filtro e voltar a usar o filtro anterior. Então a gente continua com o filtro que gela água 24 horas (…)”.

Mas, quando a companheira viaja, Lucas garante que tira o filtro da tomada. Entretanto, ele assume que tem seu ponto fraco: “(…) *Mas eu tenho um calcanhar de Aquiles, que é livros e CD. É onde ela me pega pelo pé. Eu compro muito na Estante Virtual [uma loja de livros usados]. Eu descobri e passei a usar bastante (...)*”. É importante notar que o conflito não é somente com o outro, mas também com seus próprios gostos, com o que desejam e suas necessidades biológicas. A carne talvez seja o melhor símbolo disto. Muitos deles falam da vontade de diminuir ou da tentativa mal sucedida de parar de comer carne. Mas, há os que são apaixonados por carne e que não pensam em diminuir, como Gabriel. Para este, o problema relacionado à produção da carne é a substituição da floresta Amazônica por pasto.

“Acho que diminuir a escala de produção [de carne] é o caminho. Hoje tem vários estudos de produção de boi que não precisa de tanto espaço pra pastar, do ponto de vista do boi não é tão legal pra ele, mas do ponto de vista das florestas me parece ser um pouco melhor do que existe hoje (...)” – Gabriel

Marcelo também não concorda com o desmatamento da Amazônia e defende a “rastreadibilidade” da carne, o direito de saber que a carne que consome não é responsável pela derrubada das floretas. Entretanto, a importância do bem estar animal é aparece claramente em suas falas.

“Eu sou adepto de todos os grandes pensadores da humanidade que condicionaram a humanidade a se chamar de civilização, apenas e tão somente quando tiver alguma atitude de respeito aos animais. Pra mim faz muito sentido. Eu sou franciscano. São Francisco, cá pra mim, é a identificação que todos deveriam ter com os outros seres da natureza” – Marcelo

Mas, a lista de produtos que os ambientalistas gostam e consideram que não são produtos ambientalmente corretos não se restringe a carne. Gabriel fuma. Camila assume que é viciada em *Burger King* e Coca Cola. Carlos gosta de eletrônicos, mas garante que não tem nenhum aparelho eletrônico encostado em casa. No último mês de abril de 2012, nós nos encontramos na casa de uma amiga em comum e ele viu a *iTV* dela e comentou em tom de brincadeira: “*sempre quis ter uma!*”. Em julho, quando fui à sua casa, lá estava sua *iTV* junto da televisão, sendo usada por todos os convidados da festa que tinham um *iPhone* a mão e podiam escolher as músicas que desejavam ouvir.

Capítulo 5: Trajetos e trajetórias nas compras de abastecimento do lar

Esta parte da dissertação propõe-se a relatar as estratégias desenvolvidas por estes ambientalistas para dar contorno aos seus valores ambientais em suas compras cotidianas para o abastecimento do lar. Procuo estabelecer uma relação entre o que Miller (2002) constatou em sua pesquisa, especialmente a compra percebida pelo comprador como uma forma de poupar/economizar, com as compras e as práticas de consumo dos ambientalistas, vistas como uma oportunidade de minimizar sua “pegada ecológica” sobre o planeta, ao mesmo tempo em que procuram dar forma ao seu amor e devoção ao meio ambiente. Para isto, busco apresentar sucintamente a teoria desenvolvida por Miller (2002) na primeira seção deste capítulo, para só então descrever as experiências dos ambientalistas que participaram desta parte da pesquisa.

5.1. “Atos de amor num supermercado”

Miller realizou uma etnografia sobre as compras com pessoas residentes em 76 domicílios concentrados na *Jay Road* e seus arredores, na zona norte de Londres, Inglaterra. Por meio deste estudo, ele demonstrou que através das compras as pessoas dizem algo sobre seus relacionamentos, sobre as relações que lhes importam, sejam elas com entes reais ou idealizados. Nestes domicílios foi possível constatar que, em sua maioria, as compras não são dirigidas à compradora, não podendo assim ser entendido como um ato individualista nem individualizante. As compras de mercadorias são voltadas para o outro enquanto sujeito ou objeto de devoção. A exceção à regra é o conceito do “*dar-se um presente*” (p. 54), que será melhor detalhado na última parte deste capítulo. Para construir sua teoria, Miller estabeleceu um paralelo, mais por analogia do que por identificação, entre as teorias antropológicas sobre o ritual do sacrifício, estudadas por Hubert, Mauss e Georges Bataille, com as práticas de compras identificadas por ele na zona norte de Londres. O autor acentua que “*ao compararmos o ato de comprar com o sacrifício, estamos comparando a principal forma de dispêndio e consumo de nossa sociedade com uma das principais formas de dispêndio e consumo em muitas outras sociedades*” (p. 112).

Na primeira parte do seu estudo, Miller (2002) faz um relato sobre a etnografia das compras realçando quatro aspectos. O primeiro deles é a maneira como as relações sociais aparecem na seleção das mercadorias, ocorrendo uma reafirmação dos laços afetivos através do atendimento aos gostos familiares. O segundo ponto é o que ele denominou de *Treat*, o presentinho, que é a aquisição de um item único destinado ao comprador ou a outro sujeito, o que o individualiza do restante da compra. O terceiro aspecto é o *Threft*, que é a ação de poupar/economizar no ato da compra. “É possível que os compradores vejam praticamente toda a ida às compras bem como a aquisição de quase todos os artigos específicos nessa ida, não como um ato de gastar, mas como um ato de economia” (MILLER, 2002, p. 70). O último ponto traz o que as pessoas de forma geral falam sobre as compras, sendo estas relacionadas às práticas hedonistas, onde a compra tem como único fim o prazer e o lazer. Neste aspecto, o discurso dos compradores está muito próximo à forma como as práticas de consumo são representadas nos textos jornalísticos, como uma prática realizada por impulso e sem que haja uma reflexão sobre as consequências deste ato. No entanto, Miller (2002) constata que esta imagem do consumidor irracional ou consumista apresenta-se como uma exceção entre seus informantes. Já as compras para o abastecimento do lar, por exemplo, não aparecem como uma categoria de consumo. Ocorre um processo de abstração entre a visão predominante de como as compras são consolidadas e como as pessoas de fato a realizam.

No capítulo seguinte, Miller (2002) faz, em sua primeira parte, uma análise sobre o ritual do sacrifício e, na segunda, as categorias do comprar, analisadas anteriormente, são sobrepostas à estrutura que se generalizou sobre o sacrifício. Assim, Miller (2002) cunha uma teoria do ato de comprar como um rito sacrificial. Esta parte é dividida em três estágios: 1) Uma visão do excesso; 2) A fumaça ascende até a divindade; e 3) A refeição sacrificial. O primeiro estágio é quando o fruto do trabalho previamente acumulado é transformado em dispêndio. “O sacrifício como ato de consumo deve sempre evocar o dispêndio daquilo que foi criado ou coletado” (MILLER, 2002, p. 104). No ritual do sacrifício podemos citar os primeiros frutos coletados e destinados aos deuses, o sacrifício das *primícias*, e, na atualidade, pode-se tratar da forma como os recursos acumulados por meio do trabalho, materializados através de um papel ou cartão, transformam-se, no ato da compra, em mercadorias. Se por um lado, “a fumaça ascende até a divindade” (p. 111) significa que através do

sacrifício, do consumo e do dispêndio de primícias estabelece-se um relacionamento com o divino. Por outro, o ato de comprar que se inicia com o “dispêndio intencional” volta-se, como constatou Miller (2002), para a possibilidade de economizar/poupar. “No momento em que o ato de comprar se completa, a experiência já se transformou em um ‘ethos’ que é a própria negação do dispêndio e está totalmente absorvido na visão do dinheiro economizado” (MILLER, 2002, p. 114). A economia passa a ser pivô cosmológico do ato de comprar, há uma negação da acepção do dispêndio. A cada item adquirido, o consumidor vislumbra a economia atingida e não o gasto realizado. O terceiro estágio constitui-se em um distanciamento da relação com o divino e uma aproximação com o mundo profano, no caso as relações sociais.

No último capítulo do livro, Miller (2002) aborda a substituição da devoção religiosa pelo amor romântico. A devoção ao divino volta-se para a devoção aos sujeitos (inicialmente voltada ao patriarca e, posteriormente, aos infantes) e aos objetos de devoção (propriedades inalienáveis/a economia/o lar/as mercadorias do supermercado). Assim, para Miller, “as compras cotidianas de bens provisionais podem ser entendidas como um rito de devoção” (p. 15) aos entes queridos, à família, ao lar. No caso dos ambientalistas, a devoção parece voltar-se para o planeta, na possibilidade de materializar o cuidado com o planeta através da aquisição das mercadorias consideradas mais alinhadas com os valores ambientais. Ao mesmo tempo em que o ato de comprar transforma-se em uma oportunidade para “poupar” o planeta, através das escolhas mais responsáveis.

5.2. Fazendo compras com os ambientalistas

*“Claro que a gente tenta, assim, não ser tão ambientalista na hora de fazer compras porque se não a gente fica meio maluco. Eu, pelo menos, já tive um caso de entrar no mercado numa época de ataque de ambientalista ‘xiita’. Entrar e enlouquecer com aquele um bilhão e meio de embalagens e sair sem comprar nada. Depois, tive que voltar com mais calma, bebi um copo d’água, porque eu tinha que comprar mesmo assim”
– Alex (grifo meu)*

Por mais que no discurso dos informantes houvesse uma regularidade sobre a realização das compras, estas não necessariamente implicavam um planejamento

prévio, sendo encaixadas na correria do dia a dia, entre um compromisso e outro, entre trajetos, aproveitando as melhores oportunidades para sua realização. Goidanich (2012), ao pesquisar as práticas de compras provisionais de donas de casa de camadas médias de Florianópolis, SC, constatou que o tempo destinado à realização e organização da mesma, faz com que estas práticas de abastecimento do lar sejam

“parte do cotidiano e intersectam outras práticas, competindo com elas pelo tempo das mulheres. Assim, a escolha, nem sempre planejada, de local, data e hora para ir ao supermercado é baseada na agenda cotidiana, organizada de acordo com os percursos pela cidade e as disponibilidades de tempo. (...) Por isso, o momento certo para ir ao supermercado é sempre uma função da relação espaço-temporal – caminhos, lugares e tempos objetivos e subjetivos” (p. 100).

Entretanto, acompanhar as compras destes ambientalistas exigia deles um planejamento prévio dentro das suas práticas cotidianas, o que eles nem sempre conseguiam fazer. As “compras por oportunidade” ou “emergência” logo apareceram em suas falas. Geralmente, quando eu entrava em contato no início da semana para me informar se eles pretendiam realizar alguma compra nos próximos dias ou quando nós nos encontrávamos ou, mesmo, durante as compras ao passarmos por alguma gôndola, eles apontavam para um produto e diziam: *“não vou levar este porque acabei vindo no sábado e fazendo uma comprinha de emergência”*. Às vezes, a fala vinha como uma confissão: *“não vou fazer compras essa semana porque passei em frente do supermercado ontem e lembrei que tava precisando de algumas coisas. Aproveitei a chance”*. Não foram raros os momentos em que isto aconteceu. Na direção oposta às “compras por oportunidade”, notamos que uma das recomendações da proposta ambientalista é a organização das compras, principalmente através da tradicional lista de compras, como sugere o Instituto Akatu pelo Consumo Consciente, o que poderia evitar a aquisição de itens por impulso bem como o desperdício gerado pela compra de produtos adquiridos e não consumidos.

O fato de não haver um único local no qual os ambientalistas pudessem se reunir foi um complicador para a pesquisa. As compras nunca eram realizadas nos mesmos espaços ou redes de mercado, nem havia um recinto fixo onde eu pudesse encontrá-los ou fazer uma observação flutuante, conforme proposto por Pétonnet (2008).

Neste processo, eu tive a oportunidade de participar das compras de abastecimento do lar realizadas por dez dos 13 ambientalistas. Dos três que não consegui acompanhar, dois deles delegam esta tarefa para suas empregadas domésticas. Na casa do Pedro, por exemplo, as compras possuem dupla função, abastecem à sua casa e à da sua mãe, localizada no apartamento junto ao seu. Estas são realizadas no supermercado Prezunic, no Bairro do Andaraí, uma vez a cada dois meses, e na feira, próxima à sua casa, no bairro de Vila Isabel, todas as semanas. As compras do Marcelo, realizadas por sua secretária do lar, como gosta de denominá-la, acontecem de acordo com a necessidade dos produtos faltantes, mas normalmente ocorrem uma ou duas vezes por semana no supermercado Princesa ou na rede Hortifruti, ambos próximos à sua casa. Marcelo costuma fazer compras pequenas e, normalmente, de produtos de higiene pessoal. No entanto, não consegui estar presente a nenhuma destas. Camila, a terceira ambientalista com quem não consegui fazer compras, foi a última pessoa a participar da pesquisa e, quando isto aconteceu, ela estava em processo de mudança para a Bahia, onde iria trabalhar com educação ambiental na ONG Coral Vivo. Além disso, Camila morava com os pais, sem nenhuma ingerência sobre a compra da família⁴³. Realizava compras pequenas para suprir seus gostos pessoais e itens que ficavam fora da lista da sua mãe. Também ajudava o namorado, igualmente ambientalista, nas compras de supermercado. Contudo, durante o breve período em que estivemos em contato, nenhuma compra foi realizada.

A presença da pesquisadora por si só alterava o processo da compra dos ambientalistas. Havia a necessidade dos ambientalistas organizarem a sua agenda com tempo hábil suficiente para que eu pudesse acompanhá-los em suas compras assim como a definição do local em que nos encontraríamos. Em alguns casos, eu os encontrava diretamente no ponto de venda e, muitas vezes, não conseguia acompanhá-los ao retornarem às suas residências. Em outros, o encontro acontecia em suas casas, quando eu tinha a oportunidade de observar a forma como conferiam os itens faltantes na despensa e geladeira e redigiam a lista de compras. Nestes casos, geralmente, eu

⁴³ O caso da Camila corrobora com os dados da pesquisa “*Youth, Consumption, and Citizenship: the Brazilian Case*”, posto que o jovem brasileiro permanece na casa dos pais por mais tempo que os seus pares americanos e europeus, tendo assim uma baixa autonomia de consumo, ao mesmo tempo em que a sua reprodução social e física está sob a responsabilidade da família. (BARBOSA, L.; PORTILHO, F.; WILKINSON, J.; DUBEUX, V.. *Youth, consumption and citizenship: the Brazilian case*. In: PERL International Conference - Enabling Responsible Living, 2011, Istambul - Turquia. Conference Papers - PERL International Conference - Enabling Responsible Living. Istanbul: Maltepe University, 2011. p. 87-99).

retornava até suas casas e acompanhava o momento em que eles armazenavam as compras com o auxílio ou não de algum membro da família. Estas ocasiões eram os momentos em que eles relaxavam com o fato de estarem participando de pesquisa e a conversa fluía mais facilmente, na maioria das vezes acompanhada de alguma refeição, como almoço, lanche ou jantar.

Nas compras realizadas nos supermercados, e mesmo na Rede Ecológica, os ambientalistas interrompiam o processo de seleção dos produtos para explicar como normalmente eles selecionam os produtos, qual é o raciocínio por trás de cada escolha. No caso das compras nos supermercados, especificamente, as gôndolas e os diversos itens dispostos compunham os temas das nossas conversas. Era comum eles mostrarem os produtos que nunca compravam – como a massa de pizza que vinha com um prato de isopor ou, segundo Alex, a “absurda” diversidade de tamanhos de embalagens de refrigerantes (a maior delas com 3,3 litros e a menor com 350 mililitros, havendo oito gradações entre elas) – e os produtos que normalmente eles compram, mas que naquele dia específico eles não iriam levar, ou, mesmo, os produtos que traziam alguma inovação do ponto de vista ambiental. Como alguns dos ambientalistas sabiam do meu trabalho dentro do projeto Recicloteca da ONG Ecomarapendí, eles aproveitavam as compras para tirar dúvidas com relação à possibilidade de destinar ou não algumas embalagens para reciclagem, como o fez Lucas, ao pegar uma embalagem de queijo minas orgânico da Fazenda Vale das Palmeiras e perguntar: “*essa embalagem é reciclável?*” – brincando que ia aproveitar para pegar consultoria gratuita com a pesquisadora. No caso do Gabriel, especificamente, pelo fato de eu ser ambientalista e mulher, gênero normalmente relacionado à experiência da compra (MILLER, 2002), em muitos momentos ele me perguntava se um determinado produto que ele estava comprando era bom ou ruim em termos ambientais.

Na maioria das vezes, estes ambientalistas fazem suas compras sozinhos ou com seus/suas companheiro(a)s. Porém, no período da pesquisa, somente em três ocasiões pude observar compras realizadas por casais. Nestas ocasiões, a ida ao supermercado ou à Rede Ecológica era para a realização de compras para o mês, sendo que em dois dos casos as compras foram feitas por casais de ambientalistas. No caso do terceiro casal, somente a esposa era ambientalista. Como Juliana havia dado a luz à Amanda há apenas dois meses, e ela e o marido não queriam expor Amanda a um ambiente fechado e de grande circulação de pessoas, eles optaram por se dividir: a

ambientalista Juliana foi às compras enquanto seu marido ficou do lado de fora do mercado cuidando da filha. Somente ao final das compras, quando Amanda estava impaciente com a ausência da mãe, eles trocaram de lugar e Roberto terminou os últimos itens da lista feita por Juliana.

5.3. O local das compras

No período em que acompanhei estes ambientalistas em suas compras de abastecimento do lar, estas foram realizadas nos seguintes locais: Supermercados Prezunic, Extra, Mundial, Zona Sul e Guanabara, Casa Pedro, Hortifruti, feiras livres de Ipanema e Santa Tereza, Cobal do Humaitá, drogaria, padaria de bairro e a Rede Ecológica – Núcleo Botafogo. Em conversas informais e durante as entrevistas, os ambientalistas citaram alguns estabelecimentos onde também realizam compras, como as Lojas Americanas, Fábrica de Granola, Feira Orgânica e Cultural da Glória⁴⁴, Supermercado Princesa e Campeão, Mundo Verde e Drogaria Pacheco.

A escolha do local das compras está relacionada à facilidade de acesso, a qualidade e variedade de oferta dos produtos, bem como ao preço cobrado por eles, sendo que os critérios qualidade e preço prevalecem sobre a proximidade do local da compra. Juliana, seguindo esta hierarquia de critérios, prefere sair do município de São Gonçalo para fazer as compras no supermercado Guanabara, no município de Niterói. Carlos, por sua vez, apesar de ter um supermercado próximo à sua casa e que oferece uma boa qualidade e variedade de produtos, prefere, para as compras bimestrais, se deslocar do bairro de Ipanema, onde mora, para Botafogo e realizar as compras no Prezunic, considerado um varejista com preços mais competitivos. Apesar do percurso de quase cinco quilômetros e do custo do táxi, Carlos garante que a diferença de valores entre o supermercado próximo à sua casa e o do bairro de Botafogo compensa o deslocamento. Os deslocamentos, para as compras em geral, são realizados a pé, com exceção de Juliana que realiza suas compras fora do seu município, Carlos e Pedro que utilizam o táxi nas compras grandes, realizadas uma vez por bimestre.

⁴⁴ A Feira Orgânica e Cultural da Glória é realizada todas as manhãs de sábado e é um local onde os frequentadores podem adquirir os produtos direto do produtor.

Segundo Alex, em seu bairro, não há um supermercado com atrativos ecológicos, tanto com relação à oferta de produto e serviços aos clientes como com uma estrutura mais eficiente em termos ambientais, levando-o a escolher o estabelecimento pela qualidade e preço dos produtos.

“Os motivos são, pra mim, proximidade, a necessidade da padaria, em especial, que eu gosto de pão. Em alguns casos, quando a gente vai ao Guanabara é por questões de qualidade e de preço. A gente não tem por perto, não que eu saiba, algum lugar que seja daqueles novos mercados com uma coisa um pouco mais ecológica e tal. Por enquanto são esses os motivos principais de escolher o mercado” – Alex

Mas, há o caso dos ambientalistas que preferem as lojas do bairro, como Marcelo que privilegia as pequenas redes de comércio, coisa que aprendeu com sua mãe. Já Arthur gosta da padaria a uma quadra da sua casa: “*Compro nessa padaria perto de casa, eles tem uma mercearia junto e é um local pequeno, agradável, as pessoas são simpáticas e sempre compro ali*”. Outro local do bairro que costuma comprar é a Cobal do Humaitá, onde há várias “vendinhas”:

“Quando vou comprar frutas e legumes, eu vou na Cobal. Eles têm um grande hortifruti ali, com várias vendinhas. Dou uma passada, tenho sempre uma ideia do que quero levar, vejo as frutas como estão, o preço e venho comprando manga em uma, mamão na outra e por aí vai” – Arthur

A qualidade das frutas e verduras influencia na escolha de Juliana que prefere comprá-las na “venda” próxima à sua casa do que no supermercado:

“Porque frutas e legumes no supermercado sempre têm o valor mais alto e, geralmente, eles são retirados antes do tempo, então são verdes. Nem sempre me apetece comprar frutas no supermercado. Eu acho as frutas e legumes da venda sempre mais bonitos porque o consumo dele é mais rápido. Então eles repõem a mercadoria muito mais rapidamente, eu vejo chegar à mercadoria. (...) [É uma venda] de bairro. Eu vejo chegando a mercadoria pela manhã, abastecendo. E vem de municípios vizinhos. Eu sei a procedência de todos os legumes e frutas que como, que compro na minha rua. Que eu sei que vem do município dentro do meu próprio estado. Eu dou preferência pra ele” – Juliana

Somente Rogério é frequentador de uma feira livre. Além de gostar do ambiente da feira e conhecer alguns dos frequentadores, Rogério gosta de ir à feira porque é próxima à sua casa e pode ir caminhando com seu carrinho de feira e suas várias sacolas retornáveis. É uma feira muito pequena, com aproximadamente 12 barracas de frutas, verduras e hortaliças, ovos e frango e um *trailer* de peixes. As compras de mês no supermercado são realizadas por sua esposa, Mariana, e ele não costuma participar. Carlos foi à feira uma única vez comigo depois de irmos ao supermercado próximo a sua casa. A feira é realizada todas as sextas-feiras pela manhã na Praça Nossa Senhora da Paz, em Ipanema, em frente ao seu apartamento. Mas, logo que chegamos à feira, ele declarou que não tem muita paciência para percorrer todas as barracas e verificar os valores dos produtos. Outro problema da feira, segundo Carlos, é o dia e horário, o que dificulta a possibilidade de frequentá-la. Por isto, opta por comprar os produtos frescos no supermercado. Além deles, Luciana relatou que gosta de ir à feira livre, mas não consegue ir por uma impossibilidade de horário.

A preocupação com o local da compra apareceu quando Luciana marcou de fazer compras comigo pela primeira vez. Encontramo-nos em sua casa quando ela me informou que faríamos as compras no supermercado Guanabara. No caminho para o supermercado, ela começou a pontuar o porquê de considerar o supermercado Guanabara melhor do que a rede Extra, apesar de ser um pouco mais longe. Entretanto, o melhor caminho para chegarmos ao Guanabara é passando por dentro do estacionamento do supermercado Extra e, ao fazermos isto, Luciana pôs-se a fazer uma série de elogios a algumas iniciativas relacionadas à questão ambiental do Extra, como receber pilhas e baterias e óleo de cozinha, a possibilidade de descarte imediato das embalagens em excesso no final do caixa e as caixas de papelão disponíveis próximo à caixa registradora para que os consumidores as utilizem para armazenar as compras e evitar, assim, o uso das sacolas plásticas. Apesar de ter decidido fazer as compras no supermercado Guanabara, Luciana acabou optando pela rede Extra. Alex e Carlos também relataram a importância de refletir sobre o local da compra, não somente sobre os produtos que levam para casa.

“Uma coisa que a gente muitas vezes vem pensando e que não consegue muito é do próprio local de compra, um pouco mais de responsabilidade que a gente acha que poderia ter com relação ao entreposto comercial, digamos assim, nossa padaria, supermercado etc.. E que a gente depois de um tempo começou a ver algumas iniciativas de supermercados que aparece na

televisão, na internet e tal com relação à vários fatores ambientais, como descarte de resíduos, compras responsáveis de empresas e tal, de ter um relacionamento com os fornecedores... E que a gente começou a imaginar que ‘puxa não só os produtos que a gente consome, mas quem também vende esses produtos, como ele traz isso, como leva pra nós’. Então, eu passei a me perguntar muito isso no supermercado, por conta de ter visto aqui no Extra, que a gente começou a frequentar há pouco tempo, que tem ali no final das caixas ‘caixonas’ de papelão para você deixar a embalagem, sabe? E iniciativa de outros supermercados com relação a isso, a ser mais parte integrante desta cadeia de consumo responsável. Então, de quem eles compram, como eles transportam, como eles armazenam, como é o trabalho dos funcionários ali... Então, essa é uma questão que eu acho que está fortemente ligada ao consumo também, não é só o que você consome, mas da onde você consome. É importante também a agente olhar [essa questão] com mais carinho” – Alex

“Outra questão que eu lembrei que acho que é relevante, na verdade, é onde você compra. Eu acho que essa questão do consumo consciente está chegando forte nos varejistas. Então, eu cortei um pouco a ida ao [supermercado] Mundial, por exemplo, parte da questão é um pouco esta. Como varejista, eu não via nenhuma ação da empresa para poder ter produtos melhores e é o que eu já vejo no [supermercado] Zona Sul, no Pão de Açúcar, um pouco no Prezunic. Tudo bem que... Até conheço um pouco as empresas e não é... Enfim, eles não estão fazendo nenhum tipo de revolução, mas eles estão, de alguma forma, dando pequenos passos na direção que eu concordo” – Carlos

Por refletir justamente sobre o entreposto comercial e no próprio processo de produção, Virgínia e Rafaela optaram por fazer parte da Rede Ecológica⁴⁵, definida como

“(…) um movimento social que visa a fomentar o consumo ético, solidário e ecológico. É constituída de grupos de consumidores que realizam compras coletivas numa interação direta com produtores, o que viabiliza o abastecimento de produtos agroecológicos/orgânicos a preços acessíveis e, ao mesmo tempo, apoia iniciativas de pequenos produtores que seguem a mesma ideologia” (Rede Ecológica⁴⁶).

O local da compra para estas duas ambientalistas é mais do que simplesmente um espaço onde eles abastecem o lar. É um local que implica um trabalho prévio e coletivo dos consumidores associados⁴⁷ para que todos os produtos estejam

⁴⁵ Para conhecer detalhadamente a Rede Ecológica, bem como uma análise sociológica sobre o contexto em que se insere, sugiro o trabalho “A organização de consumidores de produtos agroecológicos como politização do consumo: um estudo de caso da rede ecológica (RJ)” realizado por Camila Batista Marins Carneiro (2010).

⁴⁶ Informação obtida através da seção “Sobre” do endereço eletrônico da Rede Ecológica. Acessado em 11 de maio de 2012 em <http://www.redeecologicario.org/>.

⁴⁷ Os consumidores que fazem parte da Rede Ecológica são associados à mesma e para tal pagam uma mensalidade, além de trabalhar em comissões e mutirões para que o sistema funcione.

disponíveis no dia da entrega. Rafaela, por exemplo, trabalha no mutirão dos produtos não perecíveis e não alimentícios realizado uma vez por mês, onde todos os produtos são separados para depois serem levados ao locais de entrega, denominados núcleos⁴⁸, de acordo com os pedidos de cada um dos associados. O trabalho da Virgínia é dentro da Comissão de Informática, onde pode colocar em prática seus conhecimentos profissionais. Elas frequentam o Núcleo de Botafogo, onde moram, sediado em um albergue, em uma rua sem saída em frente à Fundação Casa de Rui Barbosa. Diferente dos outros locais de compra, o Núcleo da Rede Ecológica é um local de encontro dos associados, onde os produtos estão dispostos e os associados são os responsáveis por separar e, se necessário, pesar seu próprio produto, em uma relação baseada na confiança. Na entrada do albergue ficam arrumados os produtos frescos e, na parte dos fundos, há uma área aberta, onde os produtos não perecíveis e os não alimentícios ficam dispostos. Há sempre um membro da Rede responsável em cada uma destas áreas por fechar as contas de cada consumidor, porém, o pagamento é realizado somente na parte dos fundos do albergue. Todo esse envolvimento com o gerenciamento da compra coletiva demanda tempo e disponibilidade dos associados, o que, apesar de ser bem visto por eles, inibiu a participação de Rogério e Luciana, que já fizeram parte da Rede Ecológica e, apesar de apreciarem o sistema, hoje eles não participam mais da Rede.

“Então, era um sistema onde a gente trabalhava neste processo, fazia separação dos alimentos, recebia os alimentos e tal. Gerenciava, administrava essa compra coletiva e isso fazia com que o alimento orgânico fosse totalmente acessível, até a mim. Mas, hoje, eu não tenho mais essa Rede perto, não tenho mais tempo para participar deste processo e não faço mais. Mas é uma coisa da qual eu tenho interesse, vontade. Você elimina o atravessador, consegue pagar um preço mais justo ao produtor e ter uma alimentação mais saudável” – Luciana

O que levou Rogério a deixar a Rede, assim como não mais frequentar a Feira Orgânica e Cultural da Glória, foi o fato de não querer prender seu sábado pela manhã com um compromisso: “*Entra o meu pessoal que não quer*”. No dia em que nos encontramos em sua casa, ele me explicou, apontando para o céu: “*aí, faz um dia lindo*”

⁴⁸ A Rede Ecológica possui seis Núcleos no município do Rio de Janeiro, dois no município de Niterói e um no município de Seropédica, normalmente instalados em espaços comunitários como escolas e centros culturais/sociais. (Informação obtida através do sítio eletrônico da Rede Ecológica. Acessado em 11 de maio de 2012 em <http://redeecologicario.org/nucleos/>).

como hoje, com céu azul desse, eu não quero ir para Rede, eu quero ir pra praia ou pra floresta”.

5.4. Organização das compras

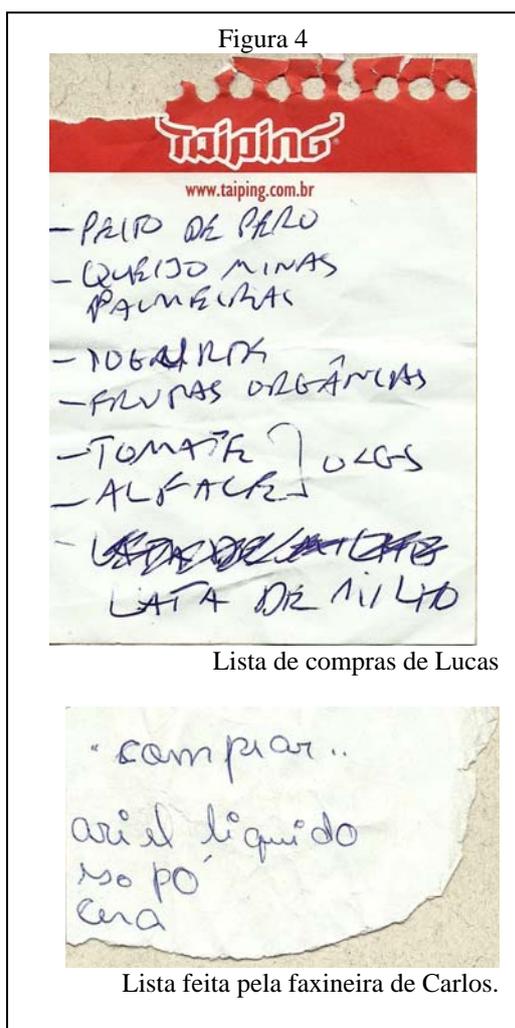
“Faço lista. E normalmente procuro ir ao supermercado depois de estar bem alimentado. É uma técnica que a gente aprende. Ah, e quando eu não estou pessimista, chateado ou com raiva do mundo... Se não, naturalmente, eu acabo consumindo mais do que eu devia” – Lucas

As compras de abastecimento do lar acontecem em função da necessidade de adquirir alguns produtos. Apesar de haver uma regularidade, isto é, uma programação de compras pequenas, especialmente de alimentos frescos ao longo da semana, e de compras grandes, mais voltadas para aquisição de produtos não perecíveis e material de limpeza, realizadas mensalmente ou bimestralmente, o planejado é replanejado o tempo todo, de acordo não somente com a necessidade, mas também com a agenda profissional e social. As compras semanais, por exemplo, podem se transformar em compras pequenas ao longo da semana conforme a possibilidade de passar ou não em frente a algum estabelecimento ou banca de frutas montada na calçada. Ainda há as compras voltadas para a refeição noturna, nas quais o ambientalista adquire apenas o necessário para aquela refeição, aproveitando a oportunidade para comprar algum item faltante para o café da manhã, ou, no caso do casal, enquanto um deles fica em casa preparando o jantar, o outro dirige-se ao supermercado mais próximo para comprar os itens faltantes.

A forma como eles se deslocam dentro do local de compras pode ser classificada em dois tipos de trajetos: 1) eles circulam pelo supermercado inteiro com ou sem lista de compras, olhando todos os produtos à venda. Começam pelo corredor mais à direita do estabelecimento até o corredor localizado mais à esquerda, passando pela parte dos fundos da loja ou 2) eles circulam, de forma bem objetiva, pelos corredores onde há os produtos que constam na lista. Neste segundo caso, em alguns momentos, eles se desviaram do seu caminho original com intuito de mostrar algum produto dentro da loja.

Há o caso do Lucas que faz a “lista de compras” na sequência em que os produtos serão encontrados pelos corredores do supermercado. Objetivamente, segue a lista na sequência, sendo primeiro os frios, seguidos dos produtos orgânicos e só então por algum produto não perecível, como uma lata de milho ou um sachê de café solúvel. No extremo oposto, encontra-se Gabriel. Sem lista de compras, ele circula pelo supermercado sem pressa e como se não tivesse um destino certo, mesmo sabendo exatamente o que vai comprar.

Alguns ambientalistas sabem o que vão comprar, contudo, optam por não colocar no papel. Preferem, neste caso, por uma lista mental dos itens necessários. Destes, somente Carlos traz a lista dos itens de limpeza feita pela faxineira e uma no celular, caso ele precise verificar. Entretanto, Carlos prefere nem olhar a lista (Fig. 4), gosta de andar por todos os corredores e comprar de acordo com o que encontra na prateleira do supermercado, sem com isso desprezar seus critérios básicos de escolha dos produtos, que tratarei na seção seguinte.



Todavia, antes de sair às compras, Carlos descarta da geladeira os itens que já estragaram e confere o que está faltando, abre os armários para ter uma ideia do que tem dentro e verifica se a lista dos produtos solicitados pela faxineira realmente condiz com o que está em falta na área de serviço.

No caso da feira, como ela é muito pequena, Rogério prefere ir até o final da feira, olhando todas as mercadorias disponíveis e depois ele volta comprando. Apesar de não ter uma lista, sabe o que está precisando em casa e do que os membros da família gostam, como as maçãs para a esposa e as cerejas para a filha.

A lista de compra é percebida por estes ambientalistas como um guia do que precisam comprar. Mas, de forma alguma, é u-

ma ferramenta rígida, inflexível. Como observado em algumas ocasiões, durante as compras, eles percebem que se esqueceram de acrescentar algum item à lista, por vezes descobrem algum produto novo nas gôndolas que os interessa, em outros casos encontram uma promoção que os leva a adquirir um produto fora da lista, ou, ao contrário, percebem que o produto que desejam consumir está acima do preço e desistem de levá-lo, como explica Juliana.

“Sempre tem uma lista. Básica, claro, que a gente foge um pouco, esquece alguma coisa ou outra, ou tem uma novidade no supermercado. Mas, a gente consegue seguir quase ao pé da letra. E, dificilmente, a gente foge muito porque já sabemos o que a gente consome normalmente” – Juliana

A exceção a esse processo são as ambientalistas Virgínia e Rafaela, que afirmam realizar boa parte das suas compras na Rede Ecológica. As compras na Rede precisam ser planejadas com antecedência, uma vez que os produtos ofertados pelos produtores são disponibilizados segundo os pedidos realizados por cada associado. As compras dos itens frescos acontecem semanalmente e os produtos secos, ou processados, como o *tofu*, são entregues mensalmente. Para realizar a compra, Virgínia e Rafaela preenchem duas planilhas de *Excell* formulada pela própria Rede onde todos os produtos são escolhidos previamente segundo duas tabelas contendo uma listagem com cem produtos divididos em: 1) não perecíveis, como arroz, feijão, farinha, castanhas, geleias, palmito; 2) produtos frescos, como frutas e hortaliças; e 3) produtos não alimentares, como sabonetes e produtos de limpeza, oriundos de grupos de economia solidária. Como os pedidos são realizados com antecedência aos produtores, os associados devem enviá-los com uma antecedência mínima de dois dias para os pedidos da lista de frescos, o que, de certa forma, os obriga a ter uma organização na aquisição dos mantimentos, imposta pelo próprio sistema. As compras dos produtos não perecíveis requerem uma organização ainda maior, uma vez que a planilha de pedidos precisa ser enviada com dez dias de antecedência. Apesar da organização prévia da lista, os produtos, bem como a quantidade, podem ser diferentes das solicitadas na planilha. Na compra em que as acompanhei, o produtor de castanha do Pará não forneceu este item, enquanto o fabricante de palmito em conserva enviou mais potes de palmito do que o solicitado, levando Rafaela e Virgínia a comprarem mais potes do que pretendiam e a não adquirir a castanha do Pará.

Não existe uma regra entre realizar somente compras grandes ou só compras pequenas. Luciana e Alex, por exemplo, antes de se mudarem para Vila Isabel, moravam em um apartamento de apenas um quarto e com muito pouco espaço para armazenar as compras, fazendo com que optassem por compras picadas ao longo da semana. Como o apartamento que alugam no momento é bem maior, eles passaram a fazer compras de mês. Entretanto, mesmo entre os que fazem compras grandes, há sempre as compras pequenas ou de produtos como pão, frutas e verduras, ou mesmo de itens que compõem a compra maior, mas que acabaram antes do tempo programado. De todos os ambientalistas pesquisados, Marcelo é o único que relata preferir as compras pequenas, não acumulando muitos itens na despensa ou geladeira.

“Na hora de ir às compras, eu não vou às compras. Eu faço compras pequenas numa dicotomia curta de renovação de estoque, por exemplo, a geladeira mais fica vazia do que cheia porque estou morando sozinho. Quando eu era casado era diferente, era conveniente ter uma organização que nos isentasse de ficar fazendo compras miúdas. Era conveniente ter a geladeira cheia. Hoje não. Então a geladeira está sempre com espaços nobres vazios” – Marcelo

Gabriel opta por compras pequenas não por uma questão de preferência, mas por falta de espaço. Como aluga um quarto de uma casa em Santa Tereza, não possui muito espaço para acomodar uma compra significativa, realizando apenas compras pequenas destinadas ao abastecimento de produtos para o lanche, café da manhã ou algo para preparar para o jantar. *“Em geral, compras pra mim, desde que moro sozinho e isso já tem uns dois anos, eu não costumo fazer aquelas compras enormes, compro pouca coisa a pé mesmo, perto de casa e levo”*. Indagado sobre os tipos de produtos que normalmente adquire, Gabriel explicou que raramente compra produtos para cozinhar, as vezes um legume e um arroz para fazer, mas isso é raro. *“Normal é eu comer na rua, comida mesmo, refeição, eu geralmente faço na rua, e eu compro pra casa, em termos de alimento, muito mais doce e besteira. Gosto muito de doce, chocolate”*. Na única ocasião em que o acompanhei ao supermercado, Gabriel comprou justamente suas “besteiras”, mas também adquiriu produtos para o jantar, como um pacote de macarrão e uma lata de atum.

5.4.1. Por vezes sacola retornável, por vezes mochila

As sacolas plásticas não fazem parte da rotina destes ambientalistas. Em todas as compras que os acompanhei, eles levaram sacolas retornáveis feitas de pano, normalmente de algodão cru, lona ou plástico, sacolas estas vendidas em supermercado, como o Zona Sul e o Pão de Açúcar ou de ONGs. As mochilas de viagem também foram utilizadas para carregar os mantimentos, como o fizeram Carlos, Virgínia e Rafaela. E quando nem as sacolas nem as mochilas suportavam o volume da compra, os ambientalistas recorriam às caixas de papelão fornecidas pelo próprio estabelecimento. O carrinho de feira também foi utilizado, não somente na feira, como no supermercado por três dos ambientalistas. E as bicicletas, pelo menos em duas ocasiões, serviram para carregar as compras.

O fato de não levarem sacolas plásticas para casa não significa que na casa destes ambientalistas não tenham sacolas que posteriormente serão reutilizadas como sacos de lixo, nem tão pouco que haja uma “vilanização” da mesma. É mais uma questão, segundo eles, de fazer o uso racional deste bem. Para a maior parte deles, o problema é o excesso das sacolas que se acumulam nos “puxa-sacos” ou que são diretamente descartadas como lixo. A substituição das sacolas plásticas comuns pelas sacolas retornáveis ou o carrinho de feira é percebido como uma forma de economizar matéria-prima, energia e água durante a produção, bem como reduzir a emissão de poluentes gerados na fabricação e no transporte deste produto. Ao utilizar sacolas retornáveis, eles também acreditam que estão reduzindo o impacto do descarte destas sacolas no pós-consumo. Neste sentido, estes ambientalistas procuram diminuir sua “pegada” ao eliminar ou reduzir o consumo deste item.

As sacolas chegam às suas casas, muitas vezes, através das mãos de amigos e familiares. Depois que seu pai mudou-se para sua casa, Alex fez questão de mostrar como a quantidade de sacolas plásticas aumentou significativamente em sua casa. Lucas, que vai ao supermercado com uma ou duas sacolas retornáveis grandes da própria rede de supermercado que frequenta, dispõe o material reciclável em sacolas plásticas de supermercado. Ao ser interpelado sobre a origem daquelas sacolas, Lucas relatou, em tom de reprovação, que a esposa não é muita adepta da sacola retornável. Carlos, por sua vez, utiliza uma mochila de viagem e sacolas plásticas que já tenha em casa para armazenar as compras. Na última compra em que eu o acompanhei, ele precisou usar duas caixas de papelão fornecidas pelo próprio supermercado. Mas, nas compras de mês, ele relata que costuma pegar sacolas plásticas para serem reutilizadas

nas lixeiras do banheiro e da cozinha além de acomodar os materiais recicláveis. Entretanto, eu tive a oportunidade de acompanhá-lo duas vezes na realização das compras bimestrais e em nenhuma destas ocasiões ele recorreu às sacolas do supermercado. Na primeira vez que o acompanhei ao supermercado Zona Sul, próximo à sua casa, ao chegar à caixa registradora, Carlos precisou avisar mais de uma vez que não levaria sacolas plásticas, mas antes comentou baixinho comigo: “*quer ver ela tentar me encher de sacolas?*”.

A Lei da Sacola Plástica⁴⁹ “pegou” entre os ambientalistas, que geralmente conferem se receberam o desconto na boca do caixa. Em uma das ocasiões, percebi que Alex não tinha recebido o desconto e perguntei se ele não havia percebido. Respondeu que sempre faz compras naquele supermercado e que nunca deixaram de dar o desconto. No entanto, Alex ponderou que o desconto era uma forma de incentivar e premiar as pessoas que estão deixando de usar a sacola plástica e que, no caso dele, ele achava bom, mas não era o essencial porque, independente do desconto, ele não usa as sacolas descartáveis.

5.5. A escolha dos produtos

Na primeira vez em que acompanhei estes ambientalistas em suas compras, eu percebi que, com o intuito de me fazerem entender suas escolhas, a cada produto escolhido eles paravam para explicar as razões que os levaram a escolher aquele dado produto. Entretanto, no decorrer do tempo, observei, sem que precisassem explicar o tempo todo, que o processo por mais automático que parecesse tinha toda uma lógica por trás, como explica Luciana:

“Engraçado, né?! Porque eu acho que o ato da compra no mercado, ele envolve muitos fatores. Mas, a gente está tão habituada que vai no automático. Mas, envolve uma série de fatores. A qualidade do produto, né? Por exemplo, a primeira coisa que eu faço quando chego ao mercado é ir na seção de frutas e verduras. E aí, quer dizer, ver se o produto está bom ou se não está. O preço é essencial, né? E aí, o preço acaba te levando a outros

⁴⁹A Lei Estadual 5.202/09, conhecida como a Lei da Sacola Plástica, obriga os estabelecimentos comerciais a darem R\$ 0,03 de desconto a cada cinco itens adquiridos pelos consumidores que não utilizarem sacolas plásticas fornecidas pelo empreendimento comercial no Estado do Rio de Janeiro. Lei disponível em: <http://alerjln1.alerj.rj.gov.br/CONTLEI.NSF/0/4157ea791e38b02a832575fb00642460?OpenDocument>

fatores também. Por exemplo, você vai escolher uma fruta, você vai escolher aquela que está com um preço melhor. Ao mesmo tempo, na seção de frutas e verduras, eu procuro sempre comprar frutas e verduras da estação, que automaticamente elas acabam estando melhor. E evitando aquelas que não são da estação porque a gente sabe que foi um processo forçado de produção daquele alimento. (...) Gostaria de poder comprar orgânico, mas nesses mercados que eu compro nem tem essa opção e quando tem são embalados, por exemplo, tem 100 gramas de broto que você compra numa caixa grande que vem no isopor que vem com um plástico que vem com um adesivo. O abacaxi descascado, sabe? Aquelas coisas eu definitivamente não compro. E aí, os não percebíveis é a questão da embalagem, excesso de embalagem, se tiver menos embalagem melhor”.

Por mais que estejam habituados, existem vários critérios que determinam a escolha dos produtos e que não atuam isoladamente, mas ora se complementam, como no caso das frutas da estação que, ao mesmo tempo, são sinônimos de melhor qualidade e preço, ora se diferenciam, como os produtos com muita embalagem, geralmente evitados pelos consumidores que pesquisei, ou orgânicos. De forma geral, estes ambientalistas buscaram adquirir produtos segundo os seguintes critérios:

- Preço;
- Qualidade;
- Gosto familiar;
- Procedência;
- Quantidade e rendimento do produto;
- Tipo de embalagem, produtos em embalagens econômicas ou com pouca embalagem;
- Frutas e hortaliças da estação e produto orgânico;
- Produtos não transgênicos;
- Praticidade do produto;
- Material de limpeza que tenham refil, que sejam concentrados ou biodegradáveis;
- Se possuir alguma referência sobre o produto ser “Eco” ou “Amigo da Natureza”, eles costumam olhar com mais cuidado a embalagem, procurando entender o porquê daquele produto se considerar com melhor desempenho ambiental que seus similares.

Cabe ressaltar que esta não é uma ordem fixa. A procedência ou origem do produto, por exemplo, pode se sobrepôr ao quesito preço, ou o produto orgânico pode ser mais importante para um ambientalista que o tipo de embalagem que o acondiciona. O que não significa, de forma alguma, que este ambientalista se sinta em uma situação confortável, muito pelo contrário, a embalagem o incomoda, porém não ao ponto de consumir produtos que utilizam defensivos agrícolas. E o que é mais importante para um ambientalista pode não ser para outro. A procedência, que Alex e Luciana sempre verificam, Arthur nem examina. E, para Carlos, não é o critério mais forte, podendo esta informação servir somente para o desempate entre dois produtos similares.

Como critério de desempate, Carlos também opta por escolher marcas que já conheça, dando preferência para as empresas que tenham projetos sociais e ambientais ou que sejam patrocinadoras do seu time de futebol. Isto pode ser verificado em uma das compras semanais em que o acompanhei. O dilema era com relação à escolha da manteiga solicitada pela companheira. A única recomendação feita por ela era que a manteiga fosse sem sal. Na frente do *freezer* de frios, Carlos comentou: “*é tudo igual*”. Começou a fazer a diferenciação por preço e ficou em dúvida entre duas: uma da marca Batavo (ex-patrocinadora do seu time de futebol) e outra de uma marca menos conhecida. Decidiu desempatar pelo fabricante e constatou, ao ler a embalagem, que ambas eram produzidas pela *BR Foods*. Como era para uso culinário, resolveu levar as duas justificando que rapidamente elas seriam consumidas. Mas, ao chegar a casa, eu perguntei se ele havia verificado a procedência das manteigas e foi quando Carlos constatou que uma era fabricada no Paraná e outra no Rio Grande do Sul, comentando que, se tivesse se atentado a isto no supermercado, só teria comprado a produzida no Paraná por ser um pouco mais próxima do Rio de Janeiro. É a marca que para Carlos, trabalhando com sustentabilidade corporativa, aparece muito forte em suas escolhas e discurso.

“(…) eu conheço muitas empresas e conheço práticas dessas grandes empresas produtoras de bens de consumo. Então, eu tenho um pouco, às vezes, a percepção de confiar numa marca que seja de uma determinada empresa. Então, isso pra mim é um fator. Essa marca pra mim traduz tanto qualidade de alguma forma do produto quanto questões de responsabilidade socioambiental na produção. Este é um critério” – Carlos

Juliana, além de considerar o preço, qualidade e origem, tenta “*sempre que possível, analisar as embalagens e dou preferência àquelas que podem ser reutilizadas ou recicladas*”. Esta mesma relação com a embalagem aparece muito nas compras de Luciana e Alex que estão sempre tentando driblar o volume de embalagem que acompanha os produtos que querem adquirir. Estas opções de escolhas, em que estes ambientalistas dão preferência a um determinado tipo de produto, podem ser consideradas como uma prática de *buycott*.

A escolha dos produtos na feira possui uma dinâmica diferenciada do supermercado. Além de conhecer os feirantes, que regularmente estão em suas barracas vendendo, há a possibilidade de experimentar as frutas cortadas na hora de acordo com o interesse do cliente. Foi o que aconteceu tanto com Carlos, que comeu e comprou morangos, quanto com Rogério, que experimentou as cerejas. Além disso, os feirantes abordam os clientes a cada passo que eles dão. Não é o frequentador da feira que vai até o produto é o feirante que está o tempo todo oferecendo produtos ao cliente.

No caso da Rede Ecológica, Rafaela e Virgínia trouxeram a lista fornecida pela Rede com os produtos solicitados por elas. Rafaela foi separando cada um dos itens e marcando na lista o que ela já havia pegado. O processo é baseado na confiança, então, Rafaela pegava os itens, pesava e já colocava em sua sacola retornável para depois organizar dentro da mochila. Posteriormente, a responsável por fazer as contas conferia a lista e dava o total que deveria ser pago junto com os produtos secos. Como os produtos vêm com o peso muito certinho, alguns alimentos, como a abóbora, precisam ser cortados para chegar ao peso correto pedido pelo associado. Por outro lado, outros produtos precisam ser trocados por similares menores ou maiores para chegar ao peso desejado, o que dá um pouco de trabalho e faz com que Rafaela deixe alguns gramas para o próximo associado que vier comprar este mesmo item.

Na parte dos secos, o processo é completamente diferente. Os produtos já vêm todos ensacados e embalados. Cada membro possui um pequeno espaço no local onde reúne todos os produtos que estão na lista para, só então, serem conferidos. Como cozinham bastante em casa, Rafaela e Virgínia fazem uma compra grande, como vários quilos de trigo que serão posteriormente moídos e transformados em pão. Os únicos produtos já preparados que elas compram na Rede, pelo menos nesta ocasião, foram o palmito em conserva e o *tofu*. Além dos produtos alimentícios, ainda compõe a lista de compras na Rede Ecológica, o material destinado à limpeza e higiene pessoal. E, apesar

de não gostarem de água sanitária, como sua faxineira pede, Rafaela compra, mas não na quantidade solicitada, como relata:

“O cloro eu compro, mas eu compro pouco, eu não dou o que ela [a faxineira] quer. Já reduzi. E a família Freitas [um dos produtores que fornecem para a Rede Ecológica], eles fazem produtos como sabão verde. Eu compro xampu industrializado ainda, mas temos o sabonete que não é 100% orgânico, mas pelo que vi na produção dela, eu acompanhei ela por um tempo, ela procura usar produtos mais naturais. Então é um produto que eu não tive nenhuma reação e ninguém teve uma reação. É um produto bem feito e que pelo menos alimenta uma família no meio de uma favela em guerra no Rio de Janeiro” – Rafaela

Rafaela e Virgínia ressaltam que, infelizmente, não conseguem comprar todos os produtos de que necessitam e gostam dentro da Rede. Então, acabam recorrendo prioritariamente à Feira Orgânica e Cultural da Glória, mas também ao supermercado para adquirir itens que não estão disponíveis nem na Feira nem na Rede, como esponja, sapólio e sabão em pó. Na Casa Pedro, elas adquirem grãos, castanhas e temperos. Como explica Virgínia: *“E a gente consome alguns produtos da Casa Pedro que a gente compra a granel, como grão de bico e lentilha que não tem na Rede, é uma coisa que a gente gosta de consumir, e outras ervas e temperos que a gente gosta bastante”*.

De todos os informantes, dois não realizam as compras de abastecimento do lar, delegando para suas empregadas esta responsabilidade. Apesar de não tê-lo acompanhado em suas compras de provisão, Pedro relata que recomenda a escolha de produtos segundo sua qualidade e preço. Em sendo a secretária do lar a responsável por suas compras, Marcelo a orienta com relação ao tipo de embalagem, mais especificamente o isopor, sobre os produtos orgânicos e os da estação.

“Eu poderia ser mais atento a isso [produtos certificados], mas não digo pra Manuela, acho que iria enrolar muito a vida dela com isso. Ela se enrola já com embalagem. Se eu começar a pedir pra ela: dá uma olhadinha para ver se você acha... O que eu peço? Legumes e verduras tem que ser orgânico, fruta se tiver orgânico, beleza. Se não tiver tem que ir ao Hortifruti. E o que é muito caro eu não levo e o que é a época é a prevalência na lista. Se for a época de tangerina, peço pra ela esquecer o resto e trazer tangerina, porque fica mais gostoso e mais barato. Uso isso tudo a favor” – Marcelo

5.5.1. Melhor evitar: nem embalagem nem saco plástico

“Tem produtos que não compro por causa da embalagem, como um biscoito da Bauducco que é um pacote grande e dentro sempre tem dois biscoitos dentro de uma outra embalagem pequena, é um absurdo(...). Eu não compro por causa disso” – Rogério

As embalagens, tomadas como a própria expressão do produto, o diferenciador entre itens similares, como fonte de informação sobre os mesmos e as empresas fabricantes, são percebidas aqui como um impedimento ao consumo ou transformam-se em critério de escolha do produto de acordo com seu desempenho ambiental. Segundo Cochoy (2004), a embalagem é o meio pelo qual o produto captura a atenção do comprador, que o fascina e atrai, ao mesmo tempo em que é o primeiro item a ser descartado, a perder a sua importância, a parte mais perecível da mercadoria. No caso dos ambientalistas, a embalagem geralmente é vista como um problema. Embalagens econômicas ou produtos concentrados ou com refil são selecionados nas gôndolas. Enquanto, os produtos acondicionados em embalagens não recicláveis são preteridos e quando são escolhidos ou é por falta de produtos similares com embalagens recicláveis ou quando a diferença de valores entre os distintos tipos de embalagem é significativa.

O objetivo destes ambientalistas é também compatibilizar os critérios ambientais com a questão do gosto, ou seja, aquilo que eles gostam de consumir. E a embalagem, definitivamente, é uma preocupação presente neste processo de negociação. Alex, por exemplo, em uma de nossas idas ao supermercado mostrou dois produtos que eles conseguiram compatibilizar o gosto, a qualidade e aspectos ambientais, coisa considerada um “feito”, ou uma vitória, em um mar de derrotas, onde, o tempo todo, os quesitos ambientais não aparecem por total falta de opções. O primeiro foi o requeijão, que, como ele expõe, “*por sorte*”, o que ele gosta vem embalado em copo de vidro, considerado por ele a melhor opção. Não é o mais em conta, mas é o que ele gosta e que apresenta a melhor variável ambiental. No caso da manteiga em tablete, Alex e Luciana encontraram duas marcas de manteiga fabricadas no estado do Rio de Janeiro, ocasionando um menor deslocamento e, conseqüentemente, menor emissão de poluentes através do transporte. Além disto, ela é embalada em um plástico transparente

armazenada dentro de uma caixa de papel, sendo ambas as embalagens recicláveis, ao contrário das embalagens que tradicionalmente protegem a manteiga em tablete. Até encontrarem a segunda marca no supermercado Guanabara, a manteiga era adquirida exclusivamente no supermercado Extra.

O tipo de embalagem aparece na escolha de produtos como milho e ervilhas em conserva, geleia de mocotó, molhos de tomate, leite condensado e creme de leite, dentre outros. À exceção de Carlos que prefere a embalagem cartonada longa vida, os demais ambientalistas que adquirem este gênero de produto optam por produtos embalados em vidro, seguidos por latas, plásticos “aluminizados” e, por último, embalagem cartonada longa vida. Quando adquirem esta última é meio que em tom de lamento. A justificativa desta ordem na aquisição das embalagens está relacionada ao maior ciclo de vida do vidro, devido à facilidade com que este tipo de embalagem pode ser reaproveitado dentro de casa e o fato de não haver perdas durante o processo de reciclagem. As latas tanto de alumínio quanto de aço, segundo eles, podem ser facilmente destinadas à reciclagem. Enquanto o plástico “aluminizado”, que ainda não é reciclado no Rio de Janeiro, tem pouco volume, as embalagens longa vida, mais volumosa, é compostas por três tipos de materiais (plástico, papel e alumínio) e tem sua reciclagem total e em grande escala restrita a alguns estados da Federação.

A compra a granel é vista como uma opção para diminuir a quantidade de embalagens bem como o desperdício de alimentos. Neste sentido, a Casa Pedro, que é frequentada regularmente por quatro ambientalistas, apresenta-se como uma boa opção para compra de grãos, castanhas, temperos, frutas secas e chocolate em pó. Os produtos são vendidos em sacos plásticos na quantidade pedida pelo consumidor e pesados na hora. Para Luciana, o local abre a possibilidade da venda a granel sem nenhuma embalagem. Na única oportunidade em que a acompanhei às compras na Casa Pedro, Luciana havia levado quatro potes de plástico tipo *Ziploc* para tentar convencer o vendedor a tarar a balança e fazer a pesagem direta no pote, sem a necessidade do saco plástico descartável. Para isto, Luciana escolheu uma loja grande da Casa Pedro, em um horário de pouco movimento e relativamente perto da sua casa, dentro do Shopping Iguatemi. Entretanto, ao chegarmos à loja descobrimos que esta havia sido fechada. Nós nos dirigimos para a loja mais próxima, há algumas quadras da casa de Luciana. Como é uma loja pequena e estava muito cheia, com alguns produtos faltando e somente uma balança disponível para pesagem dos produtos de todos os clientes, Luciana desistiu da

tentativa de não levar sacos plástico para casa, pelo menos, naquele dia. Decidiu tentar em uma próxima compra. Na rede Hortifruti e no supermercado, Luciana consegue deixar o saco plástico para trás na hora de adquirir frutas e verduras, acomodando-os diretamente no carrinho de compras e, posteriormente, dentro das suas sacolas retornáveis. É através destas tentativas constantes que estes ambientalistas procuram, no cotidiano e no mercado, realizar ações mais condizentes com seus valores ambientais.

A bandeja de plástico expandido, mais conhecida pela marca Isopor[®], é algo que estes ambientalistas definitivamente não gostam e entendem, com nitidez, que esta é uma prática de boicote. Alex e Luciana optam por comprar queijo muçarela em pedaço ao invés de fatiado no supermercado Extra, porque este último é vendido previamente fatiado e embalado na “*maledeta bandejinha de isopor*”. Na seção de frios, Alex ficou um tempo procurando uma massa para pizza que não viesse com a bandeja de isopor. Carlos, ao passarmos pela seção de laticínios e produtos matinais, apontou para alguns queijos embalados em plástico expandido e falou: “*não compro nesta embalagem*”. Rogério também comentou sua insatisfação com esta embalagem:

“Isopor eu detesto. Inclusive, isto é um problema com produtos orgânicos em supermercados, porque eles vêm mais embalados ainda e em geral com isopor em baixo e plástico em cima. Pra mim, com isso, já não tem mais caráter de produto saudável, parece industrializado. E nisso os supermercados pecam porque tiram o caráter orgânico do produto” – Rogério

Apesar de concordar com Rogério, Lucas ainda assim prefere comprar os produtos orgânicos embalados em isopor do que consumir produtos com defensivos agrícolas.

Mas, é na embalagem que estes ambientalistas encontram informações sobre os produtos. E, em alguns casos, é a embalagem que marca o produto que querem. Gabriel queria comprar um requeijão com queijo *cheddar* e já estávamos há algum tempo na frente do *freezer*, quando perguntei se ele queria ajuda para encontrar o produto. Foi quando ele me confidenciou que não sabia a marca do requeijão que gosta, que só vendo para saber qual ele iria levar. Acabou não o encontrando e levando outra marca. Juliana disse ter se acostumado com as embalagens e percebe logo quando há alguma mudança. Observou que a embalagem do sabão pastoso Neutral não vem mais com a informação “biodegradável”. Pegou uma e falou que demorou a aprender a usá-

lo. *“Se você não souber usar direito, a louça fica com gosto de sabão”*. A preferência por esta marca se dá pelo fato dele ser feito a partir da reciclagem do óleo de cozinha usado. Assim como viu a diferença na embalagem do Neutral, viu também que a embalagem da aveia da Nestlé havia mudado. *“Eu me acostumo com a embalagem. Quando muda alguma coisa, eu percebo”*.

A aquisição do leite, que pode parecer simples, afinal é só pegar uma caixa, não é tão simples assim, e o problema não é o tipo do leite, mas a embalagem. Para Luciana essa escolha passa por uma série de implicações, tendo o seguinte raciocínio: a embalagem longa vida não é boa para o meio ambiente, pois é composta por três materiais e é volumosa. Neste caso, eles só adquirem este tipo de leite para fazer iogurte. Eles compram o leite em pó que vem em uma embalagem menos volumosa e composta por dois materiais (plástico e alumínio). Ainda acrescenta que no início era apenas por uma questão ecológica, mas que agora é também pela praticidade que o produto oferece. Justifica que o ideal é comprar o que vem na lata, mas esta opção é mais cara. Questionada sobre o leite de saquinho vendido em padaria, ela respondeu que durante um tempo, quando moravam em Botafogo, eles só compravam este tipo de leite, mas desde que mudaram para aquele novo bairro ainda não tinham conseguido voltar aquele hábito. Chegaram a comprar uma vez em uma padaria próxima, mas o leite veio estragado e não chegaram a verificar se a disponibilidade do produto é permanente. Mas, segundo Luciana, nem sempre é possível adquirir os produtos com embalagens consideradas melhores em termos ambientais. Apesar de não ter comprado molho de tomate, nós fomos até a gôndola dos molhos para ela me explicar seu problema. *“Não tem jeito. Nós usamos muito molho de tomate. O de lata é muito mais caro que o de saquinho ‘aluminizado’. Olha, é o dobro do valor. Aí compramos o que vem com a embalagem que não será reciclada”*, relata.

5.5.2. O bom mesmo é da estação

A maioria dos ambientalistas da pesquisa não consome produtos orgânicos por três razões: 1) eles consideram os produtos orgânicos mais caros que os produtos oriundos das lavouras convencionais; 2) são produtos que costuma ser vendidos pré-selecionados e embalados com plástico expandido, envoltos em plástico com adesivos

ou em caixas de plástico; 3) por fim, não é fácil encontrar estes produtos em qualquer supermercado, estando restritos a algumas cadeias de lojas⁵⁰. A falta de acesso pode realmente ser verificada durante as compras que acompanhei destes ambientalistas. Somente o supermercado Zona Sul tinha uma boa variedade de produtos orgânicos. Nos demais locais de compra ou não havia orgânicos ou havia alguns poucos itens, geralmente produtos não perecíveis, como arroz, açúcar, café e achocolatado. No supermercado Prezunic há, dentro do setor destinado às hortaliças, uma estante destinada aos produtos orgânicos.

Com relação ao valor, Lucas defende que na verdade eles não são mais caros que os produtos tradicionais, argumentando que os produtos oriundos de lavouras convencionais não internalizam o impacto social e ambiental da produção, por isto parecem mais baratos, quando na verdade, os custos reais, que deveriam incluir a descontaminação do ambiente e o cuidado com a saúde do produtor rural, assim como as implicações para a saúde do consumidor, não são repassados para o preço do produto convencional. O solo é danificado, os rios são contaminados, o produtor rural e o consumidor adoecem e esta conta não é computada no valor total do produto.

Em relação às embalagens, Luciana e Rogério entendem que o produto orgânico vendido embalado perde o caráter de produto ambientalmente correto, uma vez que as embalagens, tanto na sua produção quanto no seu descarte pós-consumo, provocam impactos negativos ao ambiente. Neste sentido, Lucas, que compra justamente este tipo de produto, comentando que não sabe qual seria o mal menor a ser causado: adquirir produtos orgânicos com embalagens desnecessárias que vão demorar anos para se decompor ou comprar produtos convencionais que poluíram, através do uso dos defensivos agrícolas, a terra e os produtores rurais. O ideal mesmo, segundo Lucas, é que esta venda seja realizada a granel como os demais produtos deste gênero.

A falta de informação ou de um órgão que seja responsável por concentrar todas as informações sobre os aspectos ambientais dos produtos apresenta-se como um problema. Compra-se sem saber ao certo se o produto tem realmente um desempenho

⁵⁰ Segundo o Ranking Abras 2011, realizado pela Associação Brasileira de Supermercados (ABRAS), somente 27% dos supermercados comercializam produtos orgânicos, 3% a menos do que encontrado na pesquisa do ano anterior, sendo a representatividade dos produtos orgânicos de somente 0,5% nas vendas totais destes estabelecimentos. (Informação acessada na seção “Economia e Pesquisa - Ranking Abras” no endereço eletrônico da Associação Brasileira de Supermercados (Abras). Acessado em 24 de maio de 2012 em <http://www.abrasnet.com.br/economia-e-pesquisa/ranking-abras/analises-especiais/>).

ambiental melhor ou se aquela informação realmente está correta. Carlos, por exemplo, comentou que só comprava morangos orgânicos. Quando fomos à feira livre próxima à sua casa, Carlos indagou ao vendedor se o morango era orgânico, o rapaz emendou em outro assunto e acabou não respondendo à pergunta do Carlos, que por sua vez não insistiu, mas levou os morangos para casa. Lucas fala justamente sobre a confiabilidade das informações fornecidas pelas empresas que comercializam estes produtos ditos menos impactantes ambiental e socialmente.

“A minha escolha é por esses produtos orgânicos e agroecológicos dessas empresas que eu já conheço um pouco a história. Aumenta o grau de confiabilidade. Mas tem outros produtos que eu compro e que não tenho noção. Tem um suco que eu tomo chamado ‘Do Bem’ que diz que não tem conservantes nem aditivos, mas eu não sei mesmo se não tem. Eu confio na embalagem” – Lucas

Como estratégia para não comprar produtos que utilizaram muitos defensivos agrícolas em seu processo de produção, alguns ambientalistas optam por comprar frutas e verduras da estação. Segundo eles, a produção de frutas e verduras na estação certa, isto é, na estação do ano em que a natureza naturalmente forneceria estas mesmas frutas e verduras, faz com que a produção não seja forçada bem como a utilização excessiva de defensivos agrícolas se torne desnecessária. Como é possível encontrar uma variedade significativa de frutas e verduras fora da estação em qualquer supermercado, os ambientalistas sugerem ficar atento ao preço e à quantidade disponível dos produtos. O sinal de que uma fruta ou hortaliça é da estação é o baixo valor cobrado e sua abundância nas gôndolas. Mesmo com esta estratégia, Rogério relata que alguns produtos, por mais que ele e a família gostem, deixaram de fazer parte de sua cesta de compras.

“Onde eu tenho opção e facilidade pra comprar coisa mais natural eu compro, mas é pouca coisa. Tem algumas frutas e legumes que deixei de comprar porque sei que tem muitos agrotóxicos como morango, que compro bem menos. Minha filha adora. Adora torta de morango, que é uma delícia. Pimentão, por exemplo, eu também deixei de comprar, apesar de adorar. Tem certas coisas que não compro mais. Agora li que batata leva muito agrotóxico, mas eu adoro e ainda não cortei” – Rogério

Os produtos transgênicos também são um problema para estes compradores. Os que conhecem a rotulagem obrigatória costumam ficar atentos ao símbolo “T” (Fig. 5) nas embalagens, como o faz Gabriel, ou compram produtos que acreditam não serem geneticamente modificados, como o óleo de girassol ou canola, escolhidos por Luciana e Juliana.

Outra forma encontrada para evitar o consumo de transgênicos leva os ambientalistas a consultar o “Guia do Consumidor: lista de produtos que podem conter transgênicos”, formulada pela ONG Greenpeace que, apesar de estar desatualizada⁵¹, ainda é uma referência sobre os produtos transgênicos disponíveis no mercado. Aqui, mais uma vez, a informação é apontada por alguns ambientalistas como inexistente. Por exemplo, Juliana e Rogério não tinham conhecimento da rotulagem obrigatória. Gabriel, por sua vez, como voluntário da ONG Greenpeace, expõe que, apesar da rotulagem obrigatória, muitas empresas não acrescentam o símbolo “T” aos seus produtos transgênicos, pois não há fiscalização por parte do governo. Em frente à gôndola de atum em conserva estavam expostas as latas de milho. Gabriel parou um tempo ao lado das prateleiras com o milho para me explicar o fato de que, apesar de não estarem rotulados adequadamente, dificilmente aqueles produtos expostos ali não seriam transgênicos. A mesma história repetiu-se sobre a soja e os produtos que a contém em sua composição.

À exceção dos produtos com soja ou a própria soja que em sua embalagem venha expressa a



⁵¹ A última edição disponível no endereço eletrônico do Greenpeace é de 2006, denominada “O Guia do Consumidor: lista de produtos com e sem transgênicos” está disponível em: http://www.greenpeace.org/brasil/Global/brasil/report/2007/6/greenpeacebr_061127_transgenicos_guiac_onsumidor_port_v1.pdf. Entretanto, em 16 de março de 2008, os voluntários do Greenpeace distribuíram o “Guia do Consumidor: lista de produtos que podem conter transgênicos” na feira livre da Glória, no Rio de Janeiro, momento em que a pesquisadora adquiriu uma versão impressa do mesmo Guia.

informação “produto livre de transgênico”, como expresso na figura acima (Fig. 6), segundo ele, todas as outras são transgênicas. Apesar de Gabriel alegar que não adquire produtos transgênicos e que todos os produtos que possuem soja em sua composição são transgênicos, isto não influenciou a sua compra de chocolate. Quando nós chegamos a este corredor do supermercado, em que Gabriel comentou que adorava chocolates, eu perguntei quais daquelas marcas não eram transgênicas e Gabriel retornou à pergunta: “*o que no chocolate o tornaria transgênico?*”. Respondi que em sua composição havia lecitina de soja. Foi quando ele pegou uma embalagem de chocolate *Bis* e começou a ler a sua composição, verificando que realmente havia soja em sua composição. O que não o fez desistir da compra e colocá-lo em seu carrinho. A questão do gosto aqui se sobrepôs ao critério ambiental.

5.5.3. Produtos “Eco” alguma coisa

“O que é raro e escasso no mercado, raro e escasso continuará” – Marcelo

“Não são muito fáceis de serem encontrados, né?” – Alex

Na mira do olhar dos ambientalistas encontram-se os produtos rotulados como “Eco”, ou por serem realmente mais eficientes em termos ambientais ou por serem fruto da “maquiagem verde”*, o que faz com que eles observem com mais cuidado a escolha destes produtos. Arthur desconfia muito destes produtos ditos ecológicos, verdes ou amigos da natureza.

“Hoje em dia, você vê muitos produtos verdes nas prateleiras, verdes que falo no sentido de Eco alguma coisa. E quando leio que o produto é Eco, viro a embalagem pra saber o porquê ele é Eco. A maioria não me convence que é Eco, mas dependendo eu levo o produto, como o papel higiênico que vem em embalagem menor, ele vem até achatado, já vem com alça e você não vai precisar do saco plástico pra carregar” – Arthur

Carlos tem a mesma posição de Arthur. Em uma das oportunidades em que fomos às compras, a faxineira havia solicitado cera para o chão, um produto que Carlos não tem o hábito de comprar. Sua primeira reação foi verificar se havia cera em refil,

mas não a encontrou disponível na gôndola. A segunda foi buscar uma marca mais conhecida, mas, da marca que ele mais conhecia (Poliflor), só havia dois exemplares com as embalagens corrompidas. Das três marcas disponíveis, uma dizia que o produto era “Eco”. Ele pegou a embalagem e resolveu ler. Depois viu que não era tão “Eco” assim e acabou descobrindo que uma das outras ceras era fabricada por uma empresa que já patrocinou uma ONG em que trabalhou, optando por esta.

“Então, por exemplo, a última compra que eu fiz eu peguei um produto de limpeza que dizia que era ecológico. A primeira coisa que eu fiz: ‘deixa eu checar essa informação’. No frigir dos ovos, na verdade, o produto utilizava material reciclável em parte da embalagem, então, por isso, ele dizia que era ecológico. Eu me senti, como consumidor, que o produto estava tentando me enganar, a empresa estava tentando me enganar. Acabou que optei por outro que não fazia nenhuma afirmação desse tipo, era o produto de uma marca conhecida, de uma empresa que eu conheço. Então, acabei tomando a decisão por essa linha” – Carlos

Alex tem por hábito também verificar informações sobre produtos que se dizem “Eco” na frente da gôndola, como o suco de laranja que dizia plantar uma árvore a cada código do produto de um litro ou cinco das embalagens de 200 ml inseridos no endereço eletrônico da empresa. Pegou e disse que iria conferir a informação no *site*. Entretanto, Alex relata que só faz isso com os produtos que chamam a sua atenção. Normalmente, já chega ao supermercado informado sobre os produtos que quer comprar, ou porque ficou sabendo por algum amigo ou no trabalho ou, ainda, em uma vez anterior que foi ao supermercado, viu o produto e pesquisou em casa sobre o mesmo. Esse é o caso, por exemplo, da linha EcoBril que vende produtos de limpeza concentrado e em refil. Essa é uma linha que vários ambientalistas me chamaram a atenção. Nesta mesma compra do suco de laranja, Alex assim que viu o sapólio em gel refil da linha EcoBril chamou a minha atenção para os produtos que usam refil. Disse, ainda, que há algumas semanas esses produtos da linha EcoBril estavam dispostos em uma área promocional no corredor central da loja, demonstrando sua satisfação com o fato de que produtos que utilizam refil estão ganhando espaço dentro do supermercado.

Por outro lado, há uma dificuldade em encontrar uma diferenciação, do ponto de vista ambiental, para alguns produtos. Marcelo pondera sobre o aspecto ambiental dos produtos e se ressente da falta de selagem, certificação e informação sobre os mesmos.

“Em sendo necessário consumir, eu tenho que ter qualidade. Não vou comprar um mel que não goste. Não vou comprar um sabonete que eu não goste ou uma *Gillette* que me cause irritação. Preciso de qualidade. Esse gênero de consumo, eu não consigo descobrir as variáveis sustentáveis. Não sei se tem *Gillette* sustentável, nunca vi” – Marcelo.

Nesta busca por produtos mais sustentáveis uma saída seria a escolha de produtos certificados. Porém, assim como os produtos orgânicos, os produtos certificados não estão disponíveis em todos os supermercados. Além disso, a falta de informação sobre produtos certificados faz com que alguns destes ambientalistas desconheçam o sistema enquanto outros alegam que buscar esta informação no ato da compra, na correria do dia a dia, é complicado. Outro fator que dificulta esta aquisição é o valor, uma vez que estes produtos costumam ter um valor superior se comparados aos similares sem certificação. É o que comenta Carlos: “*Então, dependendo do produto, se o preço for 20% maior, até 20% eu não vejo problema. Se for mais que isso, eu tenho dificuldade de justificar para minha outra metade [sua companheira]*”. Já Marcelo alega que o preço não seria um problema, apesar de ser importante, o problema é a escassez de produtos certificados disponíveis no mercado.

“Preço é uma variável importante, mas na minha situação hoje se eu tiver que pagar mais, por convicção por algo que eu não vou ter a consciência agredida, por não estar levando algo que premeditadamente eu sei que é uma encrenca, eu vou pagar a diferença. Mas, existe um déficit, uma escassez, eu me ressinto muito da falta de selagem ou de produtos que sejam certificados de uma forma muito limpa, muito clara e honesta. Estamos na pré-história nessa questão de certificação de produtos” – Marcelo

Nas vezes em que acompanhei estes ambientalistas comprando produtos em supermercado, percebi que alguns produtos certificados entraram no carrinho, como os produtos adquiridos da Fazenda Vale das Palmeiras com certificação da IBD de Produto Orgânico Brasil e da Associação de Agricultores Ecológicos do Estado do Rio de Janeiro (ABIO), o açúcar orgânico da empresa Nativa (Fig. 7) que leva o selo da Ecocert e Produto Orgânico Brasil, os ovos e frangos da Korin com certificação da Ecocert e o atum em conserva com certificação do IBAMA de *Dolphin Safe*. Entretanto, apesar de entrar no carrinho, os produtos certificados não compõem a maioria das compras destes ambientalistas.

Figura 7



Camila, Pedro e Gabriel desconhecem sistemas de certificação voltados para produtos de provisão do lar. Gabriel conhece selos para produtos florestais, principalmente voltados para a questão do desmatamento na Amazônia, enquanto Pedro sabe sobre as certificações ISO⁵². Lucas, apesar de comprar produtos certificados com frequência, relata que não costuma verificar a certificação dos produtos. Quando vem explícito na embalagem, ele considera bom, mas não é o tipo da informação que normalmente procura. No entanto, ele confessa saber um pouco sobre os produtos certificados através dos amigos biólogos que trabalham com isso.

Os produtos consumidos por Rafaela e Virgínia através da Rede Ecológica passaram pelo processo de certificação realizado pela própria Rede

ou por certificadoras⁵³, processo em que Rafaela envolveu-se pessoalmente. Fora da Rede Ecológica, elas consomem alguns produtos não orgânicos e não certificados, como laticínios e produtos da Casa Pedro, mas, sempre que há a possibilidade, buscam comprar produtos na Feira Orgânica e Cultural da Glória.

“Fora da Rede, o leite não é orgânico, o iogurte que compro também não é orgânico. Porque só tem os do Vale das Palmeiras que é a única coisa de laticínios orgânicos que eu conheço. A não ser o queijo que muitas vezes a gente compra na Feira da Glória, que eu saiba é certificada pela ABIO. Se faltar alguma coisa de fresco e não dá pra fazer o pedido pra rede, a gente faz na Feira da Glória” – Rafaela

⁵² Processo de certificação desenvolvido pela *International Organization for Standardization (ISO)* com sede em Genebra, Suíça.

⁵³ Segundo Rafaela, a certificação dentro da Rede consiste em três modalidades: 1) é o processo no qual a maioria dos produtores escolheram, que é um “*sistema participativo de garantia com técnicos e também com consumidores (...)*”. São realizadas reuniões mensais de vistoria nas lavouras, no qual os produtores precisam preencher um catálogo de exigências para poderem se certificar. Os produtos frescos ofertados pela Rede são todos certificados através deste processo. 2) processo de certificação por certificadoras, que acontece com os secos, principalmente com os produtos que vem de longe, como farinha e grãos que vem do Rio Grande do Sul; e 3) as lavouras em transição, que a Rede acompanha o processo de produção, mas que os produtores, por estarem localizados em uma área complicada em que os vizinhos realizam o processo de produção convencional, não conseguem fazer uma barreira com eles, mas a produção em si, não leva nenhum tipo de defensivo agrícola.

Ao mesmo tempo em que a maioria destes ambientalistas não possui por hábito buscar e adquirir produtos certificados, estes, por sua vez, são raros e escassos. Dependendo da rede de mercado frequentada e do bairro em que o ambientalista mora, os produtos certificados praticamente desaparecem.

5.5.4. O “Presentinho”

Assim como Miller (2002), encontrei entre os meus informantes a prática do “presentinho”, isto é, a aquisição de um item considerado levemente transgressor, “(...) *um item único que é escorregado para dentro do carrinho de forma tão rápida para mal poder ser percebido pelo próprio comprador*” (p. 63). É voltado para um indivíduo ou um grupo, ao contrário do restante das compras que é voltada para o lar como um todo. Ele se diferencia dos demais itens da compra por individualizar o sujeito ao qual se destina e, muitas vezes, é “*visto como uma extravagância que transcende os limites da necessidade, do poupar ou da moderação (...)*” (p. 54), ao contrário do restante das compras. E, em alguns casos, pode ser consumido antes mesmo do comprador chegar em casa ou ao caixa do supermercado. Ou mesmo, o presentinho pode ficar escondido no fundo do armário, longe dos olhos dos outros membros da família. Entretanto, o presente pode também ser para todos os membros da família, como um jantar fora de casa.

Por outro lado, o “dar-se um presente” está em conformidade com a visão propagada no senso comum sobre as compras, como um ato individual e hedonista, voltado para a extravagância. Mas, a existência do presente por si só contém a ideia de que o restante da compra não é voltado para o indivíduo e sim para o lar, mesmo quando o comprador mora sozinho. “*Em suma, se as compras todas fossem um presente, o comprador não teria necessidade de ter um presente ‘per se’*” (MILLER, 2002, p. 62).

Esta prática do presentinho apareceu pela primeira vez entre os informantes da pesquisa em uma compra com Lucas. Sem radicalismos, Lucas procura dar preferência para a compra dos produtos orgânicos. Apesar do discurso contra o radicalismo, como biólogo e professor na área ambiental, ele sabe bem os efeitos danosos dos defensivos agrícolas para o agricultor, para o ambiente e para ele mesmo,

argumentando em todas as nossas conversas sobre a importância de não levar agrotóxicos para o prato. Defende e recomenda o consumo dos orgânicos. Mas, quando viu a manga Carlotinha na seção de frutas comuns, isto é, frutas produzidas na lavoura convencional, comentou que gostava muito daquela manga e resolveu levar algumas para casa. Pegou um saco e começou a escolher.

Com Luciana a história foi um pouco diferente. Fomos a Casa Pedro e naquela ocasião ela não tinha uma lista de compras à mão, como geralmente faz. Olhou todos os produtos para a casa, como semente de girassol, chocolate em pó, cacau em pó, trigo para quibe, entre outros, e solicitou ao atendente. O item mais caro da compra da Luciana foi justamente um *mix* de frutas secas, que começou a comer antes mesmo de fechar as compras. Foi considerado por ela como um item caro, um item que ela não voltaria a comprar e que era o único produto da compra que ela consideraria um ato de consumismo da sua parte. Mas foi o seu presente, assim como o quibe que comprou especificamente para o marido, que passou em frente à loja há alguns dias e ficou com vontade de comer um.

Fui à feira livre com Rogério na véspera do seu aniversário e, sem que eu soubesse disso, ele escolheu duas ramas de flores e comentou que as flores eram um presente de aniversário dele para ele mesmo. Mais uma vez há uma diferenciação da compra destinada ao lar, que estava em seu carrinho de feira, e um item exclusivo destinado ao comprador.

Rafaela refere-se às castanhas e frutas secas compradas fora da Rede Ecológica, destinadas para a atividade de montanhismo praticada pelo casal, como “*as nossas besteirinhas*”.

Por mais que tente sempre comprar produtos mais sustentáveis, na hora de adquirir um produto destinado a suprir suas vontades, Alex “*se permite [comprar] algumas coisas também por não querer ficar se privando excessivamente*”. A escolha do bolo não passaria pelo critério da embalagem, mas queria aquele bolo industrializado e embalado em plástico “aluminizado”, como a transgredir suas próprias regras para satisfazer o seu desejo. Luciana faz o mesmo ao comprar um item exclusivo para o marido. Pegou uma batata *Ruffles* e comentou comigo: “*Lá em casa tem uma criança, não tá sabendo?*”, referindo-se à Alex, seu marido, que adora aquele produto, também embalado em plástico “aluminizado”.

Considerações Finais

Ao longo deste trabalho, foi possível constatar que delinear esta nova seara de atuação através das escolhas individuais não é tão simples assim. Aspectos tanto internos como externos aos indivíduos estão em constante diálogo na busca pela coerência e pelo equilíbrio entre valores e ações. Longe da ideia de viverem em um “mar de rosas” ou da facilidade em se consumir de forma mais sustentável, o que foi possível perceber é que estes consumidores, que são ambientalistas, ao definir o que comprar ou que serviço contratar, eles precisam levar em consideração uma série de fatores, não somente os de caráter ambiental. Além disto, muitos destes fatores são conflitantes e, em alguns casos, provocam conflitos intralçar. Ainda entre os fatores de caráter estritamente ambiental, não há um consenso ou informação suficiente que os permita julgar quais os produtos e serviços que possuem o melhor desempenho ambiental, qual eles poderiam escolher com a certeza absoluta de que realmente estão fazendo “a coisa certa”, em consonância com as suas crenças.

Outro fator, que influência estas decisões, é a forma como estes ambientalistas entendem sua atuação com relação à questão ambiental e, mesmo, a importância ou não das práticas de consumo nesta seara. Cada um deles acaba por eleger um foco de atuação. Por mais que muitos deles busquem atuar em diversas frentes, há algumas que indubitavelmente são mais relevantes para alguns deles, dependendo do seu julgamento ou da relação que esta ação tenha com sua atividade profissional, como a destinação dos resíduos, o modal de transporte, o tipo de energia a ser consumida, o combate ao desmatamento na Amazônia, a luta contra os transgênicos ou as implicações dos defensivos agrícolas. Há, ainda, o caso onde o foco da ação acaba sendo através de atuações públicas, por meio da assinatura de petições públicas ou manifestações na porta das empresas consideradas as grandes “vilãs ambientais”, ficando a ação relacionada à questão ambiental na vida íntima em segundo plano ou, praticamente, desaparecendo. Nesse sentido, a cartilha do bom comportamento ambiental é seguida parcialmente por estes sujeitos. Nenhum dos ambientalistas da pesquisa as leva as últimas consequências, nenhum deles se contenta com sua pequena “*fração de planeta terra*”.

A escolha de uma ação em detrimento de outra, ainda, pode ser compreendida a partir do contexto social em que eles estão inseridos. Estes

ambientalistas vivem em um “mundo em transição”, isto é, habitam uma sociedade considerada insustentável que estaria em processo de transformação para uma sociedade mais comprometida com questões sociais e ambientais, onde as transformações ocorreriam lentamente. E, muitas vezes, as ações voltadas para a sustentabilidade não são bem vistas e, em alguns casos, estruturalmente impraticáveis. Além disto, eles estão inseridos em um processo cultural do qual são parte constituinte e onde estabelecem suas relações de socialização, onde um processo de radicalização destas ações poderia gerar implicações negativas para manutenção da vida social. Nadar contra a maré tem um limite e um preço, o qual nem todos estão dispostos a pagar o tempo todo. Ser 100% ambientalista exigiria deles, assim como de toda a sociedade, a incorporação de uma série de estruturas que permitam a todos viver de forma mais sustentável. Dentro desta perspectiva, agir de forma mais sustentável requer uma estrutura social que permita e incentive que isto ocorra. Para burlar esta situação, a opção, segundo alguns dos ambientalistas, seria viver em uma ecovila, um modelo de assentamento o qual eles acham interessantes, mas não ao ponto de aderir a este tipo de sociedade. Neste sentido, as ações pontuais, fáceis e que não alteram muito o ritmo de vida, seja na esfera privada ou profissional, de quem mora em um grande centro urbano, são as mais elegíveis a virarem rotina.

Percebe-se, ainda, que o discurso hegemônico, que demoniza as práticas de consumo e apreende o consumidor como um ser facilmente manipulável e vítima de uma sociedade alicerçada em um modelo de consumo predatório, predomina no discurso deste grupo de ambientalistas. O que pôde ser contraposto através das teorias antropológicas, que defendem que por meio do consumo é possível consolidar valores, dizer algo sobre si e sobre os relacionamentos estabelecidos com o outro e com o mundo. Exatamente o que os ambientalistas buscam fazer através das suas escolhas individuais, sinalizando através das suas práticas de consumo que tipo de sociedade eles querem viver. Ao agregar valores ambientais às escolhas de consumo, estes ambientalistas procuram transformar a seara do consumo em uma ferramenta de mudança social, em um local onde é possível atuar politicamente. A seleção de um bem determina as mensagens que estão sendo enviadas sobre o que é socialmente relevante para este grupo. E, apesar de terem que estar “*sempre ultrapassando obstáculos*” para alcançar seus objetivos, as dificuldades são vistas como um prazer por acreditarem na relevância destas ações para si e para a sociedade, confiando que as suas decisões

podem contribuir para a construção de uma sociedade alinhada com os preceitos socioambientais, ou, ainda, na importância de agirem de acordo com suas convicções, com o que dita a sua consciência. Em alguns aspectos isto é mais fácil, em outros é mais difícil.

Este transbordamento da ação política para a esfera da vida privada implica esforço, demanda tempo e dedicação, o que pode causar frustrações/decepções ou prazer/satisfação, como tratado por Hirschman (1983). Mais que isso, a realização de atividades que possam dar conta do processo de politização pode ser limitada e com resultados ainda não mensurados. Possivelmente, não seja por outra razão, estes ambientalistas entendem que têm uma responsabilidade, que seu estilo de vida tem implicações ambientais e que, enquanto cidadãos, eles têm a obrigação de agir. Entretanto, advertem, os consumidores são somente uma das pontas do *iceberg*, talvez a mais visível e mais falada. Se as outras pontas, isto é, os demais setores (governos, empresas e terceiro setor) que compõem a sociedade também não começarem a agir, a mudança não será possível.

Compreender as práticas cotidianas de compra e consumo destes ambientalistas torna-se uma importante forma de analisar como os discursos e propostas são incorporados, negociados e atualizados na vida cotidiana.

Referências Bibliográficas

APPADURAI, A.; **A vida social das coisas: as mercadorias sob uma perspectiva cultural**. Niterói: EdUFF, 2008.

BARBOSA, L. **Sociedade de Consumo**. 3º Ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

_____. **Cleanness, Pollution and Disgust in Modern Industrial Society**. *Journal of Consumer Culture*, v. 4, nº 3, p. 385-405, 2004.

BECK, A. A reinvenção da política: rumo a uma teoria da modernização reflexiva. *In: GIDDENS, A. et alii. Modernização reflexiva: política, tradição e estética na ordem social moderna*. São Paulo: Universidade Estadual Paulista, 1997.

CANCLINI, N. G.. **Consumidores e cidadãos - conflitos multiculturais da globalização**. 4ª Ed.. Rio de Janeiro, UFRJ, 1999.

CARVALHO, I. C. M. **A invenção Ecológica – Narrativas e trajetórias da Educação Ambiental no Brasil**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2008.

CI; MMA; MEC; IDEC. **Consumo Sustentável: Manual de educação**. Brasília: Consumers Internacional; MMA; MEC; IDEC, 2005.

CMMAD. **Nosso Futuro Comum**. 2ª Ed. Rio de Janeiro: Editora da Fundação Getúlio Vargas, 1991.

COCHOY, F. **Por uma sociologia da embalagem**. *Antropolítica: Revista Contemporânea de Antropologia e Ciência Política*. Niterói, RJ: EdUFF, v. 17, 2004, p. 69-96.

CRESPO, S. **O que o Brasileiro pensa do Meio Ambiente e do Consumo Sustentável – Sumário Executivo**. Brasília, DF: ISER, MMA, 2012.

_____. Opinião pública. *In: TRIGUEIRO, A. (org.). Meio Ambiente no Século XXI: 21 especialistas falam da questão ambiental nas suas áreas de conhecimento*. 4ª Edição. Campinas, SP: Armazém do Ipê (Autores Associados), 2005.

_____. **O que o Brasileiro pensa do Meio Ambiente, do Desenvolvimento e da sustentabilidade: pesquisa com formadores de opinião.** Brasília, DF: ISER, MMA, 1998.

DAMATTA, R. **Quanto custa ser índio no Brasil? - Considerações sobre o problema da identidade étnica.** Revista Dados, nº 13, 1976, p. 33-54.

DOUGLAS, M.; ISHERWOOD, B.. **O mundo dos bens – Para uma antropologia do consumo.** Rio de Janeiro: EdUFRJ, 2009.

DUMOND, J. **Ostra e pasta de papel: meio ambiente e a mão invisível do mercado.** Antropolítica: Revista Contemporânea de Antropologia e Ciência Política. Niterói, RJ: EdUFF, v. 1, nº 1, 1995, p. 16-113.

FAVRET-SAADA, J. **“Ser afetado”.** Cadernos de campo, nº 13, ano 14. São Paulo: USP, FFLCH, 2005, p. 155-161.

FONTENELLE, I. A.. **O fetiche do eu autônomo: consumo responsável, excesso e redenção como mercadoria.** *Psicologia & sociedade*, 22(2), 2010, p. 215-224.

GEERTZ, C. **A interpretação das culturas.** Rio de Janeiro: LTC, 2008.

GIDDENS, A. A vida em uma sociedade pós-tradicional. In: GIDDENS, A. *et ali*. **Modernização reflexiva: política, tradição e estética na ordem social moderna.** São Paulo: Universidade Estadual Paulista, 1997.

GOFFMAN, E. **A representação do eu na vida cotidiana.** Petrópolis, RJ: Vozes, 1985.

GOIDANICH, M. E. **Mamãe vai ao Supermercado: uma abordagem etnográfica das compras para o cotidiano.** 2012. 250 f. Tese (Doutorado em Ciências Humanas) - Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Ciências Humanas, Universidade Federal de Santa Catarina, Santa Catarina. 2012.

GOMES, L. G.; BARBOSA, L. **Dossiê: Por uma antropologia do consumo.** Antropolítica: Revista Contemporânea de Antropologia e Ciência Política. Niterói, RJ: EdUFF, v. 17, 2004, p. 11-20.

HERCULANO, S. Do desenvolvimento (in)suportável à sociedade feliz. *In*: GOLDENBERG, M. (coord.). **Ecologia, Ciência e Política: participação social, interesses em jogo e luta de ideias no movimento ecológico**. Rio de Janeiro: Revan, 1992.

HIRSCHMAN, A. **De consumidor a cidadão: atividades privadas e participação na vida pública**. São Paulo, Brasiliense, 1983.

LATOUR, B. **Ciência em Ação: como seguir cientista e engenheiros sociedade afora**. São Paulo: Editora Unesp, 2000.

LOUREIRO, C. F. B. **Movimento Ambientalista e o Pensamento Crítico: uma abordagem política**. Rio de Janeiro: Quartet, 2002.

MALINOWSKI, B. **Os argonautas do pacífico ocidental**. 2ª Ed. São Paulo: Abril Cultural, Coleção Os Pensadores, 1978.

MCCORMICK, J. **Rumo ao paraíso: a história do movimento ambientalista**. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1992.

MILLER, D. **Pobreza da moralidade**. *Antropolítica: Revista Contemporânea de Antropologia e Ciência Política*. Niterói, RJ: EdUFF, v. 17, 2004, p. 21-44.

_____. **Teoria das Compras. O que orienta as escolhas dos consumidores**. São Paulo: Nobel, 2002.

MOUSINHO, P. Glossário. *In*: TRIGUEIRO, A. (org.). **Meio Ambiente no Século XXI: 21 especialistas falam da questão ambiental nas suas áreas de conhecimento**. 4ª Edição. Campinas, SP: Armazém do Ipê (Autores Associados), 2005.

ONU/PNUMA/IPCC. **Mudança do Clima 2007: Mitigação da Mudança do Clima - Contribuição do Grupo de Trabalho III ao Quarto Relatório de Avaliação do Painel Intergovernamental sobre Mudança do Clima**. Bancoc, Tailândia: 2007.

PÉTONNET, C. **Observação flutuante: o exemplo de um cemitério parisiense**. *Antropolítica: Revista Contemporânea de Antropologia e Ciência Política*. Niterói, RJ: EdUFF, v. 25, 2008, p. 99-111.

PORTILHO, M. F.; CASTAÑEDA, M. **Consumo e política: neo-modernismo e reflexividade social.** *Paper* apresentado no XIV Congresso Brasileiro de Sociologia. Rio de Janeiro, 2009.

PORTILHO, M. F. **Self-attribution of responsibility: consumers of organic foods in a certified street market in Rio de Janeiro/Brazil.** *Etnográfica*, 14(3), Outubro de 2010, p. 549-565.

_____. **Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania.** São Paulo: Cortez, 2005.

SAHLINS, M. D. La Pensée Bourgeoise: a sociedade ocidental enquanto cultura. *In: Cultura e Razão Prática.* Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003, p. 166-203.

_____. O “pessimismo sentimental” e a experiência etnográfica: por que a cultura não é um objeto em via de extinção (parte I). *In: Revista Mana: Estudos de Antropologia Social*, 3 (1). Rio de Janeiro/UFRJ: 1997, p. 41-73.

VELHO, G. **Individualismo e cultura: notas para uma antropologia da sociedade contemporânea.** 2ª Ed. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 2004.

_____. **Subjetividade e sociedade: uma experiência de geração.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2002.

VIOLA, E. O movimento ambientalista no Brasil (1971 – 1991): da denuncia e conscientização pública para institucionalização e o desenvolvimento sustentável. *In: GOLDENBERG, M. (coord.). Ecologia, Ciência e Política: participação social, interesses em jogo e luta de ideias no movimento ecológico.* Rio de Janeiro: Revan, 1992.

Sítios Eletrônicos

ABRAS – Associação Brasileira de Supermercados. Acessado em 24 de maio de 2012 em <http://www.abrasnet.com.br/economia-e-pesquisa/ranking-abras/analises-especiais/>.

CNBB – Conferência Nacional dos Bispos do Brasil. Campanha da Fraternidade. Acesso em 02 de maio de 2012 em http://www.cnbb.org.br/site/component/docman/cat_view/241-cf-campanha-da-fraternidade.

Instituto Akatu pelo Consumo Consciente. Dicas. Acessado em 20 de julho de 2012 em <http://www.akatu.org.br/Dicas>.

Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social. O Instituto Ethos. Acesso em 08 de maio de 2012 em http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/pt/31/o_instituto_ethos/o_instituto_ethos.aspx.

IPCC – Painel Intergovernamental sobre Mudanças Climáticas. Reports. Acesso em 08 de maio de 2012 em <http://www.ipcc.ch/pdf/reports-nonUN-translations/portuguese/ar4-wg3-spm.pdf>

MJ - Ministério da Justiça. Direito do Consumidor: Notícias – Definido o símbolo do transgênico. Portaria 2.658/03. Acessado em 13/06/2012 em <http://portal.mj.gov.br/data/pages/mj08debd27itemida9124dc23234439e8fbfdd697dc9168cptbrnn.htm>

MMA – Ministério do Meio Ambiente. Produção e Consumo Sustentável. Acessado em 05 de maio de 2012 em <http://www.mma.gov.br/sitio/index.php?ido=conteudo.monta&idEstrutura=234>;

_____. Responsabilidade Socioambiental: Conceitos – Consumo sustentável. Acessado em 05 de maio de 2012 em <http://www.mma.gov.br/responsabilidade-socioambiental/producao-e-consumo-sustentavel/conceitos/consumo-sustentavel>

Rede Ecológica. Início; Compras Coletivas. Acessado em 11 de maio de 2012 em <http://www.redeecologicario.org/>.

SOS Mata Atlântica (Blog). Campanhas. Acessado em 05 de maio de 2012 em http://www.sosma.org.br/blog/?category_name=campanhas

_____. Campanha “Xixi no banho”. Acessado em 20 de julho de 2012 em <http://www.xixinobanho.org.br/>.

Transporte Ativo. Relatórios – VI Desafio Intermodal Carioca 09/2011. Acessado em 20 de julho de 2011 em http://www.ta.org.br/site/area/arquivos2/relatorio_dirj_2011.pdf.

WWF-Brasil. Hora do Planeta. Acessado em 05 de maio de 2012 em http://www.wwf.org.br/participe/hora_do_planeta_2012/.

_____. Reduza sua Pegada. Acessado em 23 de julho de 2012 em http://www.wwf.org.br/natureza_brasileira/especiais/pegada_ecologica/reduza_sua_pegada/.

ANEXOS

Anexo A – Rede de relações dos ambientalistas

Anexo B – Glossário de termos ambientais

Anexo C – Ficha de informações sobre os ambientalistas

Anexo D – Entrevista semi-estruturada

Anexo B – Glossário de termos ambientais

Acidente radioativo de Goiânia

Em setembro de 1987 aconteceu o acidente com o Césio-137 (^{137}Cs) em Goiânia, capital do Estado de Goiás, Brasil. O manuseio indevido de um aparelho de radioterapia abandonado onde funcionava o Instituto Goiano de Radioterapia gerou um acidente que envolveu direta e indiretamente centenas de pessoas. A fonte, com radioatividade de 50.9 TBq (1375 Ci), continha cloreto de césio, composto químico de alta solubilidade. O ^{137}Cs , isótopo radioativo artificial do Césio, tem comportamento, no ambiente, semelhante ao do potássio e outros metais alcalinos, podendo ser concentrado em animais e plantas. Sua meia vida física é de 33 anos. Com a violação do equipamento, foram espalhados no meio ambiente vários fragmentos de ^{137}Cs , na forma de pó azul brilhante, provocando a contaminação de diversos locais, especificamente naqueles onde houve manipulação do material e para onde foram levadas as várias partes do aparelho de radioterapia. Por conter chumbo, material de valor financeiro, a fonte foi vendida para um depósito de ferro-velho, cujo dono a repassou a outros dois depósitos, além de distribuir os fragmentos do material radioativo a parentes e amigos que por sua vez os levaram para suas casas. As pessoas que tiveram contato com o material radioativo – contato direto na pele (contaminação externa), inalação, ingestão, absorção por penetração através de lesões da pele (contaminação interna) e irradiação - apresentaram, desde os primeiros dias, náuseas, vômitos, diarreia, tonturas e lesões do tipo queimadura na pele. Algumas delas buscaram assistência médica em hospitais locais até que a esposa do dono do depósito de ferro-velho, suspeitando que aquele material tivesse relação com o mal-estar que se abateu sobre sua família, levou a peça para a Divisão de Vigilância Sanitária da Secretaria Estadual de Saúde, onde finalmente o material foi identificado como radioativo. Devido às características do acidente de Goiânia, as vias potenciais de exposição da população à radiação foram: inalação de material ressuspenso, ingestão de frutas, verduras e animais domésticos e irradiação externa devido ao material depositado no ambiente (SES-GO/SUS).

Agenda 21

Documento que se propõe a traduzir em ações o conceito de desenvolvimento sustentável, a Agenda 21 teve a contribuição de governo e organizações da sociedade civil de 179 países, num processo preparatório que durou dois anos e culminou com sua aprovação na Rio-92. É um plano de ação a ser adotado globalmente, nacionalmente e localmente para promover um novo modelo de desenvolvimento, contendo quatro seções, 40 capítulos, 115 programas e aproximadamente 2.500 ações a serem implementadas (MOUSINHO, 2005, p. 334).

Água de lastro

O uso da água de lastro faz parte dos procedimentos operacionais usuais do transporte aquaviário moderno, sendo fundamental para a sua segurança. Através da sua utilização planejada, é possível controlar o calado e a estabilidade do navio, de forma a manter as tensões estruturais do casco dentro de limites seguros. A água de lastro é utilizada pelos navios para compensar a perda de peso decorrente sobretudo do desembarque de cargas. Dessa forma, sua captação e descarte ocorrem principalmente em áreas portuárias, permitindo a realização das operações de desembarque e embarque de cargas nos navios. Os navios que transportam os maiores volumes de água de lastro são os navios tanques e os graneleiros. Durante a operação de lastreamento do navio, junto com a água também são capturados pequenos organismos que podem acabar sendo transportados e introduzidos em um outro porto previsto na rota de navegação. Teoricamente, qualquer organismo pequeno o suficiente para passar através do sistema de água de lastro pode ser transferido entre diferentes áreas portuárias no mundo. Isso inclui bactérias e outros micróbios, vírus, pequenos invertebrados, algas, plantas, cistos, esporos, além de ovos e larvas de vários animais. Devido à grande intensidade e abrangência do tráfego marítimo internacional, a água de lastro é considerada como um dos principais vetores responsáveis pela movimentação transoceânica e interoceânica de organismos costeiros. As principais consequências negativas da introdução de espécies exóticas e nocivas incluem: o desequilíbrio ecológico das áreas invadidas, com a possível perda de biodiversidade; prejuízos em atividades econômicas utilizadoras de recursos naturais afetados e consequente desestabilização social de comunidades tradicionais; e a disseminação de enfermidades em populações costeiras, causadas pela introdução de organismos patogênicos (ANTAQ/Meio Ambiente).

Aquecimento global – Ver Efeito estufa

Aterro sanitário

Processo utilizado para a disposição final de resíduos sólidos no solo, fundamentado em critérios de saneamento, engenharia e normas operacionais específicas, permitindo a confinamento segura do lixo, em termos de controle da poluição ambiental e da proteção ao meio ambiente (CI; MMA; MEC; IDEC, 2005, p. 148).

Biodegradável

Nome dado aos materiais que podem ser decompostos pela ação de micro-organismos do solo, da água e do ar (CI; MMA; MEC; IDEC, 2005, p. 148).

Biodiversidade

Diversidade de organismos vivos e espaços em que vivem, compreende a variedade de genes dentro de espécies e populações; de espécies animais, vegetais e de micro-organismos; de processos ecológicos num ecossistema; e de comunidades e ecossistemas. Refere-se tanto à quantidade de diferentes categorias biológicas (riqueza) quanto à sua abundância relativa (equitabilidade). [= diversidade biológica] (MOUSINHO, 2005, p. 338).

Camada de ozônio e o Clorofluorcarbono (CFC)

Entre 10 e 50 quilômetros da superfície da Terra, encontra-se a Camada de Ozônio, um cinturão de gases com alta concentração de Ozônio (O₃). Ela funciona como uma proteção natural contra a radiação dos raios ultravioleta emitidos pelo sol. Sem esse filtro formado ao longo de milhares de anos, teria sido impossível o desenvolvimento das incontáveis e variadas formas de vida encontradas no planeta. Apesar da sua relevância, a Camada de Ozônio começou a sofrer os efeitos da poluição crescente com a industrialização mundial. Seus principais inimigos são produtos químicos como Halon, Tetracloro de Carbono (CTC), Hidrofluorcarbono (HCFC), CFC (Clorofluorcarbono) e Brometo de Metila, substâncias que figuram entre as SDOs.

Quando liberadas no meio ambiente, deslocam-se atmosfera acima, degradando a Camada de Ozônio. Os CFCs foram largamente usados até o fim da década de 1980 e meados dos anos 1990 como propelentes na fabricação de aerossóis, como expansores de espumas, na fabricação de equipamentos de refrigeração e de plásticos. Esses poluentes também contribuem para o aquecimento global. Por tudo isso, o uso indiscriminado de SDOs colocou o mundo em alerta (MMA/Clima).

Chuva ácida

A queima de carvão e de combustíveis fósseis e os poluentes industriais lançam dióxido de enxofre e de nitrogênio na atmosfera. Esses gases combinam-se com o hidrogênio presente na atmosfera sob a forma de vapor de água. O resultado são as chuvas ácidas. As águas da chuva, assim como a geada, neve e neblina, ficam carregadas de ácido sulfúrico ou ácido nítrico. Ao caírem na superfície, alteram a composição química do solo e das águas, atingem as cadeias alimentares, destroem florestas e lavouras, atacam estruturas metálicas, monumentos e edificações (USP/Programa Educar/ Licenciatura) .

Clube de Roma

Organização multinacional criada em 1968 pelo industrial italiano Aurélio Peccei e pelo químico inglês Alexander King. Formado por 100 membros oriundos dos negócios, política e ciências sociais e ambientais, o grupo nasceu com o objetivo de analisar o dilema da espécie humana em um mundo de recursos finitos e de sugerir políticas alternativas para enfrentar tal crise. Ganhou atenção internacional ao publicar em 1972 seu primeiro relatório, sob o título *Os limites do crescimento (The limits to growth)*, em que aplicava um modelo para fazer projeções em escala mundial. O relatório previa que caso as tendências verificadas em relação à população mundial, industrialização, poluição, produção de alimentos e depleção de recursos não fossem alteradas, os limites para o crescimento no planeta seriam atingidos em 100 anos. O relatório foi alvo de severas críticas e gerou intensos debates (MOUSINHO, 2005, p. 342).

Coleta seletiva

Coleta de resíduos sólidos previamente segregados conforme sua constituição ou composição (BRASIL/Casa Civil).

Comando e controle

Instrumento de gestão baseado em mecanismos de regulação (como fiscalização, legislação, estudo de impacto ambiental, etc.) e na atribuição de penalidades pelo não cumprimento de normas e regras. Amplamente utilizado em todo o mundo, apesar de conter procedimentos técnicos de alto custo e ter caráter muitas vezes burocrático, não estimulando ações que vão além do cumprimento de padrões estabelecidos na legislação: de um lado, o órgão de governo fiscaliza o cumprimento da legislação e de outro, a empresa tão somente reage cumprindo exigências (MOUSINHO, 2005, p. 342).

Compostagem

É um processo de tratamento em que a matéria orgânica putrescível (restos de alimentos, aparas e podas de jardins, folhas etc.) contida no resíduo é degradada biologicamente, obtendo-se um produto umidificado que pode ser utilizado como adubo orgânico (CI; MMA; MEC; IDEC, 2005, p. 149).

Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente Humano (Conferência de Estocolmo)

A Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente Humano foi realizada em 1972 em Estocolmo, na Suécia, para discutir problemas ambientais no mundo. Idealizada pela Organização das Nações Unidas (ONU), a Conferência alertou os países sobre as consequências da degradação do meio ambiente para o planeta. Representantes de 113 nações, de 250 organizações não governamentais e de organismos da ONU compareceram ao evento. Os debates tiveram como resultado a Declaração sobre o Meio Ambiente Humano, uma carta de princípios de comportamento e responsabilidades que deveriam nortear as decisões sobre políticas ambientais. Um plano de ação também foi redigido e convocava os países, organismos das Nações Unidas e organizações internacionais a cooperarem na busca de soluções para os problemas ambientais (BRASIL/Meio Ambiente/Iniciativas).

Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (Rio 92)

Vinte anos depois da conferência de Estocolmo, foi a vez do Brasil sediar uma nova reunião convocada pela Assembleia Geral das Nações Unidas. A Rio-92 ou Eco-92 reuniu líderes mundiais e entidades ambientais no Rio de Janeiro para analisar a evolução das políticas de proteção ambiental. (...) Participaram da Rio-92 172 países, representados por aproximadamente 10 mil participantes, incluindo 116 chefes de Estado. Integrantes de cerca de 1.400 organizações não governamentais também receberam credenciais para acompanhar as reuniões. Desde então, o papel dessas entidades foi se tornando cada vez mais importante nas negociações internacionais sobre o meio ambiente. A Cúpula da Terra produziu cinco documentos que, entre outros aspectos, alertavam para a necessidade de uma urgente mudança de comportamento, com o objetivo de preservar a vida na Terra. Foram eles: Declaração do Rio sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento; Agenda 21; Princípios para a Administração Sustentável das Florestas; Convenção da Biodiversidade; Convenção sobre Mudança do Clima (BRASIL/Meio Ambiente/Iniciativas).

Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável (Rio + 20)

A Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável, a Rio+20, foi realizada de 13 a 22 de junho de 2012, na cidade do Rio de Janeiro. A Rio+20 foi assim conhecida porque marcou os vinte anos de realização da Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (Rio-92) e contribuiu para definir a agenda do desenvolvimento sustentável para as próximas décadas. A proposta brasileira de sediar a Rio+20 foi aprovada pela Assembleia Geral das Nações Unidas, em sua 64ª Sessão, em 2009. O objetivo da Conferência foi a renovação do compromisso político com o desenvolvimento sustentável, por meio da avaliação do progresso e das lacunas na implementação das decisões adotadas pelas principais cúpulas sobre o assunto e do tratamento de temas novos e emergentes. A Conferência teve dois temas principais: a economia verde no contexto do desenvolvimento sustentável e da erradicação da pobreza; e a estrutura institucional para o desenvolvimento sustentável (BRASIL/Sobre a Rio+20).

Conferência das Partes (COP)

Uma convenção internacional é um acordo negociado por países sobre algum tema específico, e tais acordos frequentemente definem a Conferência das Partes (no original, "Conference of the Parties", ou simplesmente COP) como seu mais alto órgão decisório. Nas COPs, as Partes da convenção (países) se reúnem para debater questões relativas àquele acordo e tomar as decisões correspondentes. Cada convenção estabelece a periodicidade de suas COPs. Na área de desenvolvimento sustentável, podemos citar a Convenção-Quadro das Nações Unidas sobre Mudança do Clima, ou ainda a Convenção sobre Diversidade Biológica (BRASIL/ Sobre a Rio+20).

Convenção da Biodiversidade

A Convenção sobre Diversidade Biológica (CDB) é um dos mais importantes instrumentos internacionais relacionados ao meio ambiente e funciona como uma espécie de arcabouço legal e político para diversas outras convenções e acordos ambientais mais específicos, entre os quais: O Protocolo de Cartagena sobre Biossegurança, mecanismo estabelece as regras para a movimentação de organismos geneticamente modificados (OGMs) vivos entre os países; O Tratado Internacional sobre Recursos Fitogenéticos para a Alimentação e a Agricultura, que define no âmbito da FAO/ONU as regras para o acesso aos recursos genéticos vegetais e para a repartição de benefícios; As Diretrizes de Bonn, que orientam o estabelecimento das legislações nacionais para regular o acesso aos recursos genéticos e a repartição dos benefícios resultantes da utilização desses recursos; As Diretrizes para o Turismo Sustentável e a Biodiversidade; Os Princípios de *Addis Abeba* para a Utilização Sustentável da Biodiversidade; As Diretrizes para a Prevenção, Controle e Erradicação das Espécies Exóticas Invasoras; Os Princípios e Diretrizes da Abordagem Ecosistêmica para a Gestão da Biodiversidade (BRASIL/COP 10: o que está em jogo?).

Convenção do Clima

A Convenção-Quadro das Nações Unidas sobre Mudança do Clima (UNFCCC) foi criada oficialmente na Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (Rio de Janeiro, 1992) a fim de reunir países em um esforço conjunto para estabilizar as concentrações de gases do efeito estufa em níveis que não resultem em uma mudança de clima perigosa. Este foi o primeiro grande passo político dado por

membros das Nações Unidas para discutir mudanças climáticas. A Convenção entrou em vigor em 1994 e conta atualmente com 192 países signatários. A UNFCCC estabelece uma série de conceitos, princípios e obrigações. Seu braço executivo é a Conferência das Partes (COP), que se reúne anualmente para avaliar e definir novos caminhos e para traçar acordos sobre questões importantes relacionadas aos objetivos da Convenção (BRASIL/COP 17: Panorama).

Convenção de Viena e Protocolo de Montreal

Diante do problema da destruição da Camada de Ozônio, várias nações se mobilizaram. Em 1985, a Convenção de Viena para a Proteção da Camada de Ozônio foi assinada por dezenas de países, entre eles o Brasil, um dos primeiros a agir em prol da camada de ozônio. Dois anos depois, foi estabelecido o Protocolo de Montreal sobre as Substâncias que Destroem a Camada de Ozônio, ligado à Organização das Nações Unidas (ONU). O texto obriga seus signatários a trabalhar para eliminar a produção e o consumo de SDOs. Atualmente, 193 países participam do Protocolo e da Convenção. A partir dos acordos, o comércio de SDOs teve de ser reduzido em todo o globo a partir de cotas pré-definidas, ao mesmo tempo em que foram desenvolvidas tecnologias alternativas para reduzir ou eliminar os riscos à camada de ozônio. Revisões periódicas trazendo mais rigidez às determinações do Protocolo vêm sendo acatadas pelas Partes (MMA/Clima).

Cúpula Mundial sobre Desenvolvimento Sustentável (Rio + 10)

A Conferência Mundial sobre o Desenvolvimento Sustentável, também chamada de Rio+10, aconteceu em Joanesburgo, na África do Sul, em 2002. O objetivo era avaliar os avanços e identificar os obstáculos que impediram os países de promoverem grandes avanços em relação aos compromissos assumidos na Rio-92. Na Conferência foram escritos dois documentos: o Plano de Implementação, que tem como base os resultados conseguidos desde a Rio-92 e busca acelerar o cumprimento dos demais objetivos, e a Declaração Política, que reafirma o compromisso dos países com o desenvolvimento sustentável (BRASIL/Meio Ambiente/Iniciativas).

Efeito estufa

Aumento da temperatura nas camadas mais baixas da atmosfera como resultado do acúmulo de gases como vapor d'água, dióxido de carbono (CO₂), metano (CH₄), óxido de nitrogênio (N₂O), clorofluorcarbonos (CFCs) e ozônio (O₃). Estes gases, conhecidos como gases de efeito estufa ou gases estufa, funcionam como vidro que cobre uma estufa: permitem a entrada dos raios solares e impedem a saída do calor. Este processo mantém a temperatura da superfície da terra equilibrada e favorece a existência da vida como nós a conhecemos – sem o efeito estufa, a temperatura média seria de 18°C. O aumento de emissões de gases de efeito estufa para a atmosfera em decorrência de atividades humanas, entretanto, pode ampliar de modo nocivo o efeito estufa, retendo mais energia na atmosfera e gerando uma elevação na temperatura (aquecimento global) capaz de causar o derretimento das calotas polares, o aumento do nível dos oceanos e a submersão de áreas costeiras (MOUSINHO, 2005, p. 349; 350).

Estudo de Impacto Ambiental (EIA)/Relatório de Impacto Ambiental (RIMA)

Estudo exigido pela Resolução nº 001, de 23 de janeiro de 1986, do CONAMA (Conselho Nacional do Meio Ambiente) para o licenciamento de atividades modificadoras do meio ambiente, de modo a efetivar a avaliação de impactos ambientais como um instrumento da Política Nacional do Meio Ambiente, prevista no artigo 9º, inciso III, da Lei Federal 6.938/81. Conhecido pela sigla EIA, o estudo deve ter como referência os critérios estabelecidos na Instrução Técnica emitida pelo órgão licenciador, devendo ser submetido, juntamente com seu respectivo Relatório de Impacto Ambiental (RIMA) à aprovação do órgão estadual competente, e do Ibama em caráter supletivo. A elaboração do EIA requer uma equipe multidisciplinar e contempla o desenvolvimento das seguintes atividades: caracterização do projeto, delimitação e diagnóstico de sua área de influência, análise dos impactos ambientais do projeto e de suas alternativas, definição das medidas mitigadoras dos impactos negativos e elaboração do programa de acompanhamento e monitoramento. O RIMA deve conter os pontos principais do EIA, apresentado de forma objetiva e em linguagem acessível, de modo a garantir o entendimento das vantagens e desvantagens do projeto em análise, assim como as consequências ambientais de sua implementação (MOUSINHO, 2005, p. 352; 353).

Lixão

Forma inadequada de disposição final de resíduos sólidos, sem nenhum critério técnico, caracterizado pela descarga do lixo diretamente sobre o solo, sem qualquer tratamento prévio, colocando em risco o meio ambiente e a saúde pública (CI; MMA; MEC; IDEC, 2005, p. 150).

Logística reversa

Instrumento de desenvolvimento econômico e social caracterizado por um conjunto de ações, procedimentos e meios destinados a viabilizar a coleta e a restituição dos resíduos sólidos ao setor empresarial, para reaproveitamento, em seu ciclo ou em outros ciclos produtivos, ou outra destinação final ambientalmente adequada (BRASIL/Casa Civil).

Maquiagem verde (*Greenwashing*)

O termo *greenwashing* vem sendo aos poucos introduzido nas discussões sobre produtos. Sua melhor tradução seria “lavagem verde”, um recurso usado quando uma empresa, ONG, ou mesmo o próprio governo, propaga práticas ambientais positivas e, na verdade, possui atuação contrária ou neutra aos interesses e bens ambientais. Trata-se do uso de conceitos ambientais para construção de uma imagem pública confiável, que, contudo, não condiz com a real gestão, muitas vezes negativa e causadora de degradação ambiental (RIBEIRO; EPAMINONDAS, 2010, p. 02).

Organismos geneticamente modificados (OGM – Transgênicos)

Organismos geneticamente modificados (OGMs ou transgênicos) são organismos produzidos por meio da transferência de genes de um ser vivo para outro, geralmente de espécies diferentes. Por exemplo, um peixe que recebe características de porco ou a soja que recebe genes de vírus, bactérias ou outros organismos. (...) No Brasil a definição de transgênicos e sua regulamentação foi feita pela lei federal 8.974 de janeiro de 1995, substituída em março de 2005 pela lei 11.105, também conhecida como Lei de Biossegurança (Greenpeace, 2005, p. 04).

Painel Intergovernamental sobre Mudança do Clima (IPCC)

O Painel Intergovernamental sobre Mudança do Clima - IPCC, foi estabelecido em 1988 pela Organização Meteorológica Mundial - OMM e pelo Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente - PNUMA para avaliar a informação científica, técnica e socioeconômica disponível no campo de mudança do clima. O IPCC está organizado em três grupos de trabalho: Grupo de Trabalho I se concentra no sistema do clima, Grupo de Trabalho II em impactos e opções de resposta e Grupo de Trabalho III nas dimensões econômica e social (MCTI/Ciência da Mudança do Clima).

Pegada Ecológica

Você já parou para pensar que a forma como vivemos deixa marcas no meio ambiente? É isso mesmo, nossa caminhada pela Terra deixa “rastros”, “pegadas”, que podem ser maiores ou menores, dependendo de como caminhamos. De certa forma, essas pegadas dizem muito sobre quem somos! A partir das pegadas deixadas por animais na mata podemos conseguir muitas informações sobre eles: peso, tamanho, força, hábitos e inúmeros outros dados sobre seu modo de vida. Com os seres humanos, acontece algo semelhante. Ao andarmos na praia, por exemplo, podemos criar diferentes tipos de rastros, conforme a maneira como caminhamos, o peso que temos, ou a força com que pisamos na areia. Se não prestamos atenção no caminho, ou aceleramos demais o passo, nossas pegadas se tornam bem mais pesadas e visíveis. Porém, quando andamos num ritmo tranquilo e estamos mais atentos ao ato de caminhar, nossas pegadas são suaves. Assim é também a “Pegada Ecológica”. Quanto mais se acelera nossa exploração do meio ambiente, maior se torna a marca que deixamos na Terra. O uso excessivo de recursos naturais, o consumismo exagerado, a degradação ambiental e a grande quantidade de resíduos gerados são rastros deixados por uma humanidade que ainda se vê fora e distante da natureza. A Pegada Ecológica não é uma medida exata e sim uma estimativa. Ela nos mostra até que ponto a nossa forma de viver está de acordo com a capacidade do planeta de oferecer, renovar seus recursos naturais e absorver os resíduos que geramos por muitos e muitos anos. Isto considerando que dividimos o espaço com outros seres vivos e que precisamos cuidar da nossa e das próximas gerações (WWF-Brasil/O que é Pegada Ecológica?).

Processo de Marrakesh

Em 2002, na Cúpula Mundial sobre Desenvolvimento Sustentável, quando se fez um balanço da Rio 92, foi aprovado o Plano de Johannesburgo, que propôs a elaboração de um conjunto de programas, com duração de 10 anos (10 Years Framework Program), que apoiem e fortaleçam iniciativas regionais e nacionais para promoção de mudanças nos padrões de consumo e produção. O Processo de Marrakesh, assim chamado por ter resultado de importante reunião na cidade do Marrocos, teve início em 2003, como resposta àquele mandato. Foi concebido para dar aplicabilidade e expressão concreta ao conceito de Produção e Consumo Sustentáveis (PCS). Ele solicita e estimula que cada país membro das Nações Unidas, e participante do Processo, desenvolva seu plano de ação, o qual será compartilhado com os demais países, em nível regional e mundial, gerando subsídios para a construção do *"Global Framework for Action on SCP"* (MMA/ Responsabilidade Socioambiental/Produção e Consumo Sustentáveis/Processo de Marrakesh).

Protocolo de Montreal – Ver Convenção de Viena

Protocolo de Quioto

O Protocolo de Quioto constitui um tratado complementar à Convenção-Quadro das Nações Unidas sobre Mudança do Clima. Criado em 1997, definiu metas de redução de emissões para os países desenvolvidos, responsáveis históricos pela mudança atual do clima. Os países desenvolvidos, ou Partes do Anexo I, se comprometeram a reduzir suas emissões totais de gases de efeito estufa a, no mínimo, 5% abaixo dos níveis de 1990, no período compreendido entre 2008 e 2012 - também chamado de primeiro período de compromisso. Cada Parte do Anexo I negociou a sua meta de redução ou limitação de emissões sob o Protocolo, em função da sua visão sobre a capacidade de atingi-la no período considerado. Para os Países não listados no Anexo I, chamados de Países do Não-Anexo I, incluindo o Brasil, foram estabelecidas medidas para que o crescimento necessário de suas emissões fosse limitado pela introdução de medidas apropriadas, contando, para isso, com recursos financeiros e acesso à tecnologia dos países industrializados. (...) Em 2012, termina o primeiro período de compromisso do Protocolo de Quioto. Os dados até então levantados revelam que é pouco provável que

os países desenvolvidos consigam atingir a meta acordada. Essa expectativa é reforçada pelo fato de esses países terem aumentado as emissões em 11% de 1990 a 2005, com destaque para o setor energético, o grande emissor de GEE, que também apresenta emissões crescentes (MMA/Clima).

Responsabilidade Compartilhada pelo ciclo de vida dos produtos

Conjunto de atribuições individualizadas e encadeadas dos fabricantes, importadores, distribuidores e comerciantes, dos consumidores e dos titulares dos serviços públicos de limpeza urbana e de manejo dos resíduos sólidos, para minimizar o volume de resíduos sólidos e rejeitos gerados, bem como para reduzir os impactos causados à saúde humana e à qualidade ambiental decorrentes do ciclo de vida dos produtos (...).(BRASIL/Casa Civil)

Três Erres (3 Rs)

Princípio ligado ao gerenciamento de resíduos sólidos que se baseia em uma hierarquia de procedimentos: **Reduzir** (o uso de matérias primas e energia, a quantidade de material a ser descartado); **Reutilizar** (os produtos usados, dando a eles outras funções), e **Reciclar** (retornar o que foi utilizado ao ciclo de produção). O princípio dos 3 Rs está orientado para uma mudança dos padrões não-sustentáveis de produção e consumo, não devendo portanto a reciclagem ser uma ação desvinculada dos dois primeiros Rs, o que poderia servir para legitimar o desperdício. O princípio dos 3 Rs ganhou visibilidade após a Rio 92, estando previstas no 21º capítulo da Agenda 21 a redução ao mínimo dos resíduos e a maximização ambientalmente saudável do reaproveitamento e da reciclagem dos resíduos (MOUSINHO, 2005, p. 366).

Referências Bibliográficas – Glossário

CI; MMA; MEC; IDEC. **Consumo Sustentável: Manual de educação**. Brasília: Consumers Internacional; MMA; MEC; IDEC, 2005.

GREENPEACE. **Transgênicos: a verdade por trás do mito**. São Paulo, SP: Campanha de Engenharia Genética do Greenpeace, 2005.

MOUSINHO, P. Glossário. In: TRIGUEIRO, A. (org.). **Meio Ambiente no Século XXI: 21 especialistas falam da questão ambiental nas suas áreas de conhecimento**. 4ª Edição. Campinas, SP: Armazém do Ipê (Autores Associados), 2005.

RIBEIRO, R.; EPAMINONDAS, L.. **Das estratégias do greenmarketing à falácia do greenwashing: a utilização do discurso ambiental no design de embalagens e na publicidade de produtos**. In: V Encontro Nacional da ANPPAS, 2010, Florianópolis. V ENANPPAS, 2010. Disponível em: <http://www.anppas.org.br/encontro5/cd/artigos/GT8-645-626-20100825115643.pdf>

Sítios Eletrônicos – Glossário

ANTAQ - Agência Nacional de Transportes Aquaviários. Meio Ambiente/Água de lastro. Acessado em 31 de julho de 2012 através do endereço eletrônicos http://www.antaq.gov.br/portal/MeioAmbiente_AguaDeLastro.asp

BRASIL. Meio Ambiente/Iniciativas: Conferência de Estocolmo; Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (Rio 92); Cúpula Mundial sobre Desenvolvimento sustentável (Rio + 10). Acessado em 29 de julho de 2012 através do endereço eletrônico <http://www.brasil.gov.br/sobre/meio-ambiente/iniciativas/>

_____. Sobre a Rio+20: Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável (Rio + 20). Acessado em 29 de julho de 2012 através do endereço eletrônico http://www.rio20.gov.br/sobre_a_rio_mais_20

_____. COP 10: o que está em jogo? Acessado em 06 de agosto de 2012 através do endereço eletrônico <http://www.brasil.gov.br/cop10/panorama/o-que-esta-em-jogo-1/por-dentro-da-convencao-da-biodiversidade>

_____. COP 17: Panorama. Acessado em 06 de agosto de 2012 através do endereço eletrônico <http://www.brasil.gov.br/cop17/panorama/a-convencao-quadro-das-nacoes-unidas-sobre-mudanca-do-clima>

_____. Casa Civil: Política Nacional de Resíduos Sólidos – PNRS (Lei 12.305/2010). Acessado em 29 de julho de 2012 através do endereço eletrônico http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/lei/112305.htm

MMA - Ministério do Meio Ambiente. Clima: Camada de Ozônio e Clorofluorcarbono (CFC). Acessado em 29 de julho de 2012 através do endereço eletrônico <http://www.mma.gov.br/clima/protecao-da-camada-de-ozonio>

_____. Clima: Convenção de Viena e Protocolo de Montreal. Acessado em 29 de julho de 2012 através do endereço eletrônico <http://www.mma.gov.br/clima/protecao-da-camada-de-ozonio/convencao-de-viena-e-protocolo-de-montreal>

_____. Clima: Protocolo de Quioto. Acessado em 29 de julho de 2012 através do endereço eletrônico <http://www.mma.gov.br/clima/protocolo-de-quioto>

_____. Responsabilidade Socioambiental: Produção e Consumo Sustentáveis - Processo de Marrakesh. Acessado em 06 de agosto de 2012 através do endereço eletrônico <http://www.mma.gov.br/responsabilidade-socioambiental/producao-e-consumo-sustentavel/plano-nacional/processo-de-marrakesh>

MCTI - Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação. Ciência da Mudança do Clima. Acessado 06 de agosto de 2012 através do endereço eletrônico <http://www.mct.gov.br/index.php/content/view/17685.html>

SES-GO - Secretaria de Estado da Saúde de Goiás/ SUS - Sistema Único de Saúde. “História do Acidente Radioativo de Goiânia”. Acessado em 13 de agosto de 2012 em http://www.sgc.goias.gov.br/upload/links/arq_254_historiadoacid.pdf.

USP. Programa Educar: Chuva ácida. Acessado em 24 de julho de 2012 através do endereço eletrônico <http://educar.sc.usp.br/licenciatura/2000/chuva/ChuvaAcida.htm>

WWF-BRASIL. Pegada Ecológica: O que é Pegada Ecológica?. Acessado 06 de agosto de 2012 através do endereço eletrônico http://www.wwf.org.br/natureza_brasileira/especiais/pegada_ecologica/o_que_e_pegada_ecologica/

Anexo C – Ficha de informações sobre os ambientalistas

Identificação: _____

Nome: _____ **Idade:** _____

Gênero: () Feminino () Masculino **Naturalidade:** _____

Escolaridade: Ensino Fundamental: () incompleto () completo

Ensino médio: () incompleto () completo

Superior: () incompleto () completo.

Em que: _____

Pós-graduação *Lato Sensu*: () incompleto () completo.

Em que: _____

Pós-graduação *Stricto Sensu*: () incompleto () completo.

Em que: _____

Profissão/Ocupação: _____

Religião: _____

Estado Civil: () Solteiro () Casado/União estável

() Divorciado/Separado () Viúvo

Filhos: () Sim. Quantos: _____ () Não

Tipo de residência: () Apartamento () Casa () Outros _____

Residência: () Imóvel Alugado () Imóvel Próprio (Quitado ou financiado)

Participa de alguma Rede/Instituição/ONG ambiental:

() Não () Sim. Qual: _____

Como: _____

() Já fiz. Qual/Quando se desligou: _____

Como: _____

Há quanto tempo atua na área ambiental? _____

Anexo D - Entrevista Semi-Estruturada

1. Sobre o Ambientalista

- Você se considera ambientalista?
 - Por quê?
- Quando e como a questão ambiental entrou na sua vida?
- A questão ambiental virou uma militância profissional para você?
 - Em que momento?
 - Como?

2. Práticas Cotidianas

- Em que aspectos da sua vida você percebe seu engajamento com a questão ambiental?
- Você considera fácil ou difícil agir de forma “ambientalmente correta”?
 - Por quê?
 - Quais são as facilidades ou dificuldades que você encontra?

3. Responsabilidade Ambiental

- De quem é a responsabilidade pela resolução dos problemas ambientais?
- Para você existe alguma relação entre consumo e problemas/crise ambiental?
- Qual é o papel dos consumidores em relação aos problemas ambientais?
 - Os consumidores têm alguma responsabilidade com relação à resolução ou na minimização dos problemas ambientais?

4. Práticas de Consumo

- O que é consumo para você?
- Com relação ao consumo de água e energia, como você lida com o uso destes recursos?
- Você considera o lixo um problema?
 - Você participa da coleta seletiva?

- Quando você adquire um produto, você leva em consideração o tipo de embalagem?
- Qual é a modalidade de transporte que você normalmente utiliza?
 - Por quê?
 - E para fazer suas compras, como você se desloca?
- O bem estar animal é uma preocupação para você?
 - Você sabe a origem da carne e laticínios que você costuma consumir?
- Com relação aos alimentos, você costuma comprar que tipo de produtos: industrializados/processados, *in natura* ou orgânicos?
- Você já ouviu falar de consumo verde, ecológico, consciente, sustentável, político, responsável, ético?
 - Você sabe o significado destas expressões?
 - Sabe qual a diferença entre elas?
 - Qual/Quais desta(s) você acha que mais expressa sua prática?
 - Ou nenhuma destas representa suas práticas?

5. O Processo de Compra

- Quando você vai fazer suas compras de mantimentos, você faz uma lista de compras?
- Com que frequência você faz suas compras de mantimentos?
- Em que tipo de estabelecimento você realiza suas compras?
 - Por que você escolheu justamente este(s) estabelecimento(s)?
- Você faz sua compra sozinho ou acompanhado?
 - Caso seja acompanhado, com quem?
- Quais são os seus critérios para escolher um determinado produto em detrimento de outro?
- Você conhece os sistemas de certificação?
 - Você costuma comprar produtos certificados?
- Quais são os produtos que você consome que são considerados ambientalmente corretos?
- Seus hábitos de consumo causam algum problema em casa?
- Você compra alguma coisa que considere prejudicial ao meio ambiente?

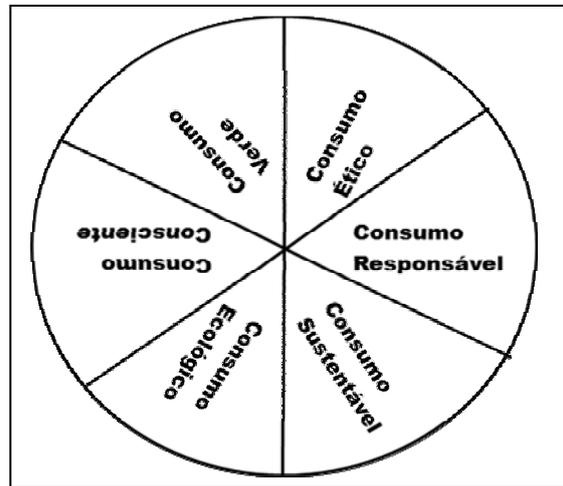
- Por quê?
- O fato de você ter filho/estar grávida alterou suas práticas de consumo?
 - O que mudou?

6. Informações sobre os Produtos

- Você confia nas informações fornecidas pelas instituições e marcas?
- Como você adquire informações sobre os produtos (ditos ecológicos) que você consome?
- Você costuma ler o rótulo dos produtos?
 - Se sim, que tipo de informações você busca no rótulo?
 - Normalmente você faz isso antes, durante ou depois das compras?

7. Consumo enquanto Ação Política

- Se você tivesse que categorizar suas práticas de consumo, em qual ou quais destas expressões você se identificaria? Ou em nenhuma delas?
- Você conhece a expressão boicote?
 - Você acha que boicote é uma tática eficiente de mudança social?
 - Você já praticou algum boicote?
 - Qual foi o produto? Qual foi o motivo?
- Você conhece a expressão *buycott*?
 - Você acha que *buycott* é uma tática eficiente de mudança social?
 - Você já praticou algum *buycott*?
 - Qual foi o produto? Qual foi o motivo?
- Você já fez alguma reclamação ou sugestão para alguma empresa sobre os produtos que ela fabrique?



8. Você tem alguma outra questão que não foi perguntada, mas que você ache importante falar?